

MESTRADO EM **DESIGN**  
**E CULTURA VISUAL**

Opção de especialização em:  
**DESIGN VISUAL**



**CREATIVE UNIVERSITY**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Ana Luísa  
Dias Manuel

**FACE IT**

Representação Visual da Aparência e Personalidade do Ser Humano



**ANA LUÍSA  
DIAS MANUEL**

**FACE IT**  
**Representação Visual da Aparência e**  
**Personalidade do Ser Humano**





**ANA LUÍSA  
DIAS MANUEL**

**FACE IT**  
**Representação Visual da Aparência e**  
**Personalidade do Ser Humano**

Projeto apresentado ao IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual, opção de especialização em Design Visual realizado sob a orientação científica do Prof. Doutor Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira, Professor Auxiliar do IADE-U.



Aos meus avós.



## **O júri**

Presidente

Prof. Doutor Armando Jorge Gomes Vilas-Boas  
Professor Auxiliar do IADE-U

Arguente

Prof. Doutora Luísa Maria Pires Barreto  
Professora Adjunta da Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha  
do Instituto Politécnico de Leiria

Orientador

Prof. Doutor Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira  
Professor Auxiliar do IADE-U



## **Agradecimentos**

Começo por agradecer ao Prof. Doutor Fernando Oliveira por ter acreditado neste projeto e por me ter auxiliado a encontrar as bases de que ele tanto precisava quando ainda era uma simples ideia em rascunho.

A todos os dezasseis participantes – conhecidos, desconhecidos, amigos ou familiares – que se prontificaram a dar um pouco de si ao projeto e cuja intervenção foi essencial para a sua realização.

À minha família, cujo amor, apoio e paciência foram uma constante durante todo este percurso.

À Teresa, pela amizade, ajuda e motivação desde o primeiro dia. Por insistir que na criatividade não há regras.

Finalmente, à minha mãe, a quem qualquer agradecimento não será suficiente. Pelo amor e dedicação incondicionais, que desde sempre impulsionam todas as etapas da minha vida.





**Palavras-chave**

Design visual; Fotografia; Manipulação fotográfica; Aparência; Personalidade; Interpretação.

**Resumo**

O presente projeto-tese apresenta-se como uma exploração visual da aparência e personalidade do ser humano, expondo a dicotomia entre a realidade visível de cada um e o que se esconde para além do olhar.

Pretende-se assim apresentar a aparência através de retratos fotográficos dos dezasseis intervenientes do projeto, e idealizar, recorrendo ao design visual, o seu lado imaterial e intangível através de manipulação fotográfica, com base em traços de personalidade dos mesmos e segundo interpretação pessoal.

Desta forma, todo o trabalho criativo materializa-se num livro e em posters lenticulares que, de forma inovadora e interativa, reúnem e expõem a multiplicidade de características físicas e psicológicas de cada pessoa.



**Keywords**

Visual design; Photography; Photographic manipulation; Appearance; Personality; Interpretation.

**Abstract**

This project aims to visually explore human appearance and personality, exposing the dichotomy between tangible reality and what is hiding behind plain sight.

It is intended to showcase appearance through close up portraits of all the participants in this project, and idealize, with the help of visual design, their immaterial and intangible side through photographic manipulation. This is based on some of their personality traits and according to my own personal interpretation.

Therefore, all of the creative work produced is compiled in a lenticular book and in several lenticular posters that expose, in an innovative and interactive way, the diversity of physical and psychological characteristics that ultimately make a person.



## ÍNDICE

Índice de Figuras.....	15
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>17</b>
1.1. Metodologia.....	21
<b>2. REVISÃO DA LITERATURA.....</b>	<b>23</b>
2.1. Comunicação visual.....	25
2.1.1. Cultura visual.....	25
2.1.1.1. Visão e visualidade.....	25
2.1.1.2. Imagem.....	28
2.1.1.3. Representação.....	30
2.1.1.4. Semiótica.....	31
2.1.2. Fotografia.....	34
2.1.2.1. Contextualização histórica.....	34
2.1.2.2. O retrato contemporâneo.....	44
2.1.3. Design visual.....	49
2.1.3.1. Metáfora visual.....	51
2.1.3.2. Cor.....	52
2.1.3.3. <i>Visual confections</i> .....	54
2.1.3.4. Montagem e manipulação fotográfica.....	56
2.1.3.5. <i>Mixed media</i> .....	59
2.1.3.5.1. Múltipla exposição.....	59
2.1.3.5.2. Ilustração e foto-ilustração.....	60
2.1.3.5.3. Colagem.....	61
2.2. Vertente psicológica.....	62
2.2.1. Aparência.....	62
2.2.1.1. Definição.....	62
2.2.1.2. Expressões faciais.....	65
2.2.1.3. Aparência enquanto <i>personalidade física</i> .....	66
2.2.1.4. Primeiras impressões.....	68

2.2.2. Personalidade .....	71
2.2.2.1. Definição.....	71
2.2.2.2. Contextualização histórica.....	71
2.2.2.3. <i>Big Five</i> .....	73
2.2.2.3.1. Contextualização histórica.....	73
2.2.2.3.2. As cinco categorias .....	77
2.2.2.3.3. Fiabilidade do <i>Big Five</i> .....	78
<b>3. PROJETO</b> .....	81
3.1. Processo prático .....	83
3.2. Produções e análise .....	89
3.3. Livro e posters lenticulares <i>FACE IT</i> .....	153
<b>4. CONCLUSÃO</b> .....	163
<b>5. BIBLIOGRAFIA</b> .....	167
<b>6. ANEXOS</b> .....	175

## Índice de Figuras

Fig. 1 — Ciclo metodológico de Noble e Bestley (2005, p. 48) .....	21
Fig. 2 — Etapas de pesquisa de Noble e Bestley (2005, p. 53).....	22
Fig. 3 — Retrato de Louis Jacques Mande Daguerre (1884) .....	35
Fig. 4 — <i>Redding the Line</i> , David Octavius Hill e Robert Adamson (1846).....	38
Fig. 5 — <i>Lady Elizabeth Rigby</i> , David Octavius Hill e Robert Adamson (1847) .....	38
Fig. 6 — Jennifer Lawrence na capa da <i>Bazaar Magazine</i> , Ben Hassett (2013).....	42
Fig. 7 — <i>Migrant Mother</i> , Dorothea Lange (1936) .....	42
Fig. 8 — <i>Barack Obama</i> , Martin Schoeller (2004).....	46
Fig. 9 — <i>The Ceramic Artist</i> , Peter Zelewski (2012).....	47
Fig. 10 — <i>Stranger #7</i> , Danny Santos (2011).....	48
Fig. 11 — <i>The Diva is Dismissed</i> , Paula Scher (1994) .....	50
Fig. 12 — <i>The Constructor</i> , El Lissitzky (1924).....	55
Fig. 13 — <i>Away with these stultifying bandages!</i> , John Heartfield (1930).....	56
Fig. 14 — <i>Untitled (Music Man)</i> , Alfred Gescheidt (1957).....	57
Fig. 15 — <i>Monarch</i> , Joel Robison (2015).....	58
Fig. 16 — Capa do álbum <i>Mind Over Matter</i> , Matt Wisniewski (2014) .....	58
Fig. 17 — Poster <i>Chocolat Menier</i> , Firmin Etienne Bouisset (1893) .....	60
Fig. 18 — <i>La cage et la fragilité de le humaine</i> , Sandra Chevrier (2013) .....	61
Fig. 19 — <i>Christine &amp; Laurence</i> , Ulric Collette (2011) .....	63
Fig. 20 — <i>Christian</i> , Bobby Neel Adams (2007) .....	63
Fig. 21 — <i>Hakeem S. (Post-op II)</i> , Mark Gilbert (1999) .....	64
Fig. 22 — <i>Maori guerrero</i> , IrNZ (2010).....	64
Fig. 23 — <i>Harvard graduate Jefferson Moon</i> , Joel Parés (2015).....	70
Fig. 24 — Comparações entre <i>Jungian Type</i> e <i>Big Five</i> , Costa e McCrae (1989) .....	79
Fig. 25 — <i>Moodboard</i> .....	88
Fig. 26 — Ana Cláudia .....	89
Fig. 27 — Catarina .....	93
Fig. 28 — Dina .....	97
Fig. 29 — Fernanda.....	101
Fig. 30 — Isabel Gomes.....	105
Fig. 31 — Isabel Machado .....	109



Fig. 32 — José Dias.....	113
Fig. 33 — José Santos .....	117
Fig. 34 — Leonor .....	121
Fig. 35 — Richard .....	125
Fig. 36 — Rita .....	129
Fig. 37 — Salvador.....	133
Fig. 38 — Tash.....	137
Fig. 39 — Teresa .....	141
Fig. 40 — Vanessa .....	145
Fig. 41 — Vítor .....	149
Fig. 42 — Crachá da campanha <i>I Like Ike</i> (1951).....	153
Fig. 43 — Efeito lenticular dos mupis <i>Only For Children</i> , ANAR Foundation (2013) .....	154
Fig. 44 — <i>Everything you see is in the past</i> , Rafaël Rozendaal (2013) .....	154
Fig. 45 — Exemplo de cartaz lenticular <i>FACE IT</i> em exposição .....	156
Fig. 46 — Capa do livro <i>FACE IT</i> .....	158
Fig. 47 — Livro <i>FACE IT</i> (sequência: pp. 1 a 8) .....	158
Fig. 48 — Livro <i>FACE IT</i> (sequência: pp. 9 a 20) .....	159
Fig. 49 — Livro <i>FACE IT</i> (sequência: pp. 21 a 32) .....	160
Fig. 50 — Livro <i>FACE IT</i> (sequência: pp. 33 a 44) .....	161

1.

# INTRODUÇÃO



## 1. INTRODUÇÃO

O presente projeto-tese *FACE IT* surge de uma motivação para representar as várias facetas da realidade humana, quer a que é facilmente acedida através da visão, bem como as características que, sem as possibilidades intermináveis da criatividade, não conseguimos materializar. Este interesse surgiu de um fascínio pessoal pelo ser humano em si e pelas diferenças que nos tornam únicos, mas que, fundamentalmente, nos unem enquanto espécie.

Relativamente ao enquadramento teórico, criou-se uma divisão lógica entre temas e subtemas analisados. Discutiu-se inicialmente uma vertente de comunicação visual, que engloba a cultura e o design num mundo que privilegia significativamente a imagem, e, em segundo lugar, foi apresentada a vertente psicológica do projeto, que define e explicita a questão da aparência e da personalidade.

Como base projetual, ressaltou-se inicialmente a relevância da cultura visual para a compreensão geral deste tema, sendo delimitadas as noções de visão e visualidade, a imagem enquanto representação do mundo e as questões semióticas que determinam a sua capacidade comunicativa.

Foram assim lançados os alicerces para argumentar de que forma a fotografia, enquanto meio comunicacional, ganhou o seu estatuto de “reflexo” da realidade, ou seja, como modo mais fidedigno para registar o mundo visível. Com um foco especial na fotografia de retrato, de forma a ir ao encontro da vertente prática do projeto, fez-se um balanço histórico da sua evolução e analisou-se a sua influência na contemporaneidade, com menção a alguns dos fotógrafos atuais cujo método de trabalho determinou a realização da componente fotográfica de *FACE IT*.

Com o design visual, introduziu-se uma breve visão crítica sobre o papel do designer enquanto agente comunicativo e cultural e apresentaram-se conceitos básicos, como foi o caso da metáfora visual e da cor. Adicionalmente, foi feita uma contextualização histórica da manipulação fotográfica, destacando-se a noção de

*visual confections* de Edward Tufte e fazendo a enumeração de várias técnicas para transformar características imateriais das pessoas em produções visuais concretas.

Indicados os meios comunicacionais e criativos do projeto, surge assim a vertente de foro psicológico que compõe *FACE IT*, com a contextualização da aparência e personalidade humana.

Relativamente à definição de aparência, que perfaz a componente visível e material, cada característica analisada foi sustentada com exemplos de trabalhos criativos e artísticos que traduzem as mesmas. Foram igualmente analisadas as expressões faciais, enquanto indicadores do estado emocional temporário e permanente de cada pessoa, bem como o conceito de *personalidade física*, que se traduz nos elementos físicos representativos de traços comportamentais. Ressalvou-se igualmente o poder e a influência (positiva e negativa) das primeiras impressões, as quais compreendem a elaboração de julgamentos de carácter e personalidade, unicamente com base num contacto inicial com uma pessoa, ou seja, baseando-se apenas na sua aparência.

No que diz respeito à personalidade, procedi à sua definição e contextualização histórica, para que pudesse ser introduzida a escala de medidores *Big Five*. Estes cinco medidores foram descritos extensivamente, já que têm uma importância significativa na interpretação visual dos traços de personalidade das produções realizadas.

Finalmente, todo o processo criativo que permitiu a concretização do projeto, bem como uma breve apresentação do livro e dos posters em que este se materializa, perfazem o capítulo que demonstra concretamente as fotografias e manipulações de imagem por mim realizadas. Através de uma descrição detalhada sobre todos os elementos visuais utilizados nas imagens, justificou-se e finalizou-se esta representação visual da aparência e personalidade do ser humano.

## 1.1. Metodologia

Uma metodologia, segundo Ian Noble e Russell Bestley (2005, p. 18), é uma parte vital de qualquer projeto de design. Se o criativo realmente quer responder aos desafios que lhe são colocados, terá de ter uma «estratégia lógica, predefinida e sistemática» (*ibid.*) para a realização do seu projeto.

Ter um método científico implica estabelecer prazos, delimitar objetivos e definir expectativas, para que os resultados finais venham a ser avaliados sob um ponto de vista crítico – ponto de vista esse que todo o procedimento anterior fomentou. Deste modo, a execução de qualquer trabalho decorre de forma muito mais clara e ajuda o designer a ter uma visão informada sobre as conclusões a que chegou.

Para o presente projeto de design visual, foi aplicado o processo de pesquisa que Noble e Bestley (2005) referem na obra *Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design*. Apresentando-se como um ciclo, este sistema divide-se em quatro partes: o *problema/ideia* por resolver, a *questão* gerada, a *metodologia de pesquisa* definida e, finalmente, os *resultados* encontrados (*ibid.*, p. 48).



Fig. 1 – Ciclo metodológico de Noble e Bestley (2005, p. 48)

Relativamente a este projeto em concreto, a ideia inicial foi a vontade de explorar visualmente duas características inerentes ao ser humano: a aparência através da fotografia e a personalidade através do design visual.

Com base numa análise semiótica, a questão que esta temática impôs foi: se da mesma forma que o retrato fotográfico funciona como ícone do rosto,

consegurei, enquanto designer, materializar os mais variados traços de personalidade em elementos visuais simbólicos e criar uma justaposição perceptível e criativa de ambas as facetas do ser humano?



Fig. 2 – Etapas de pesquisa de Noble e Bestley (2005, p. 53)

Sobre o estado da arte, a pesquisa foi dividida em três outras etapas que se compreendem por campo de estudo, foco e metodologia (*ibid.*, p. 53). O campo de estudo pressupõe uma análise geral ao tema em questão, como é possível verificar no enquadramento teórico do projeto, e esclarece o designer relativamente à linguagem visual a adotar para comunicar a sua mensagem, após a análise de técnicas que tem à sua disposição e à inspiração que provem de várias fontes criativas. Depois desta delimitação, o foco do trabalho, tal como o nome indica, previu a identificação da questão a responder e a mensagem que se pretendia transmitir. Em concordância com a ideia e com a questão levantada, optei por guiar-me por uma metodologia experimental (*ibid.*, p. 59), que sugere um conjunto de regras estabelecidas pelo próprio designer, no sentido de ilustrar as respostas à questão inicialmente colocada. *Context-Experiment* (*ibid.*, p. 56) pressupõe então o começo do trabalho prático, a fim de poder perceber o que está ou não a resultar, reavaliar a minha questão e, sempre que necessário, voltar ao campo de estudo para alargar a pesquisa.

Em suma, a metodologia aplicada permitiu-me desenvolver o presente projeto-tese de uma forma muito mais clara e objetiva.

2.

## REVISÃO DA LITERATURA





## 2.1. COMUNICAÇÃO VISUAL

### 2.1.1. Cultura visual

#### 2.1.1.1. Visão e visualidade

*“Sight is our most powerful sense, much more dominant in translating experience than taste, touch, or hearing. And images appeal to emotion—often viscerally so. They claim our attention without uttering a word. They can persuade, repel, or charm us. They can be absorbed instantly and easily by anyone who can see. They seem to speak for themselves.”*

(Rosen, 2006, p. 67)

A faculdade de *ver* é um aspeto primário na sociedade ocidental. A comunicação efetua-se cada vez mais através de imagens e as bases da cultura visual assentam na forma como percebemos a realidade que nos rodeia. Já afirma Chris Jenks (1995, p. 1) que, com o avançar dos tempos, assumimos a visão como «o nosso acesso imediato ao mundo exterior». Nesse sentido, visto que o presente projeto-tese dependeu essencialmente do plano do visível para comunicar a sua mensagem e expor as várias facetas da realidade humana, depreende-se que é na cultura visual que este se alicerça.

O dicionário descreve a visão como a «ação ou o efeito de ver; percepção pelo órgão da vista» (Priberam, s.d.). À partida, este aparenta ser um conceito relativamente óbvio, mas, na verdade, oculta todo um mundo de informação.

Na antologia de Hal Foster (1988, p. 52), *Vision and Visuality*, Rosalind Krauss escreve: «[...] *the eye and its object made contact with such amazing rapidity that neither one seemed any longer to be attached to its merely carnal support [...]*»<sup>1</sup>, sugerindo um plano adicional à mera fisiologia da visão. À luz da cultura visual, a escritora inglesa Gillian Rose (2001, p. 2) considera tanto a relevância de *ver* enquanto função corporal, bem como a sua função de cariz cultural e, em concordância com este raciocínio, a autora subdivide o ato de ver em *visão* e

---

<sup>1</sup> «(...) o olho e o seu objeto estabeleceram contato com tamanha e fascinante rapidez, que nenhum dos dois parecia mais estar preso ao seu suporte carnal (...)» (tradução da autora).

*visualidade*. Visão refere-se à capacidade fisiológica que o olho humano possui e visualidade implica a forma como a visão é composta, de acordo com a nossa vivência e cultura (*ibid.*). É Foster (1988) que discute precisamente a relação de interdependência entre os dois conceitos, interrogando-se sobre o porquê da sua delimitação:

Why vision and visuality, why these terms? Although vision suggests sight as a physical operation, and visuality sight as a social fact, the two are not opposed as nature to culture: vision is social and historical too, and visuality involves the body and the psyche. Yet neither are they identical: here, the difference between the terms signals a difference within the visual - between the mechanism of sight and its historical techniques, between the datum of vision and its discursive determinations [...].<sup>2</sup> (p. IX)

Colocamos em uso os referidos aspetos fisiológico e cultural em todas as situações do nosso dia-a-dia (exceptuando naturalmente os casos de deficiência que inibam este sentido). Ainda assim, perceber o mundo em redor depende muito das imagens que captam verdadeiramente a nossa atenção. Quer-se com esta afirmação dizer que podemos pura e simplesmente *olhar* – observar arbitrariamente o que se encontra diante de nós – ou podemos *ver* – seleccionar determinada imagem dentro do nosso plano do visível de forma intencional (Sturken & Cartwright, 2001, p. 10).

É justamente pelo facto de *vermos* determinadas imagens que relacionamos o que vemos connosco próprios e com a nossa experiência pessoal. Contudo, ainda antes de considerarmos a seleção consciente daquilo que queremos ver ou de incluirmos qualquer fator social, cultural ou histórico associado à nossa visualidade, é possível afirmar que os olhos também requerem estímulo.

O papel do designer, segundo Malamed (2009, pp. 45-46), é facilitado se, primeiramente, este entender como funciona a percepção visual humana. Ao compor o seu trabalho tendo em conta características que dão destaque e saliência aos vários

---

<sup>2</sup> «Porquê visão e visualidade, porquê estes termos? Apesar da visão, enquanto sentido, sugerir que é uma operação visual, e a visualidade um facto social, as duas não se opõem, enquanto bases da cultura: a visão é igualmente social e histórica, e a visualidade envolve o corpo e a psique. Ainda assim, não são idênticos: aqui, a diferença entre os termos simboliza a diferença dentro do plano do visual – entre o mecanismo do olhar e as suas técnicas históricas, entre os dados sobre o olhar e as suas determinações discursivas (...).» (tradução da autora).

elementos de uma imagem, como «cor, movimento, orientação e tamanho» (*ibid.*, p. 46), haverá maiores probabilidades da sua mensagem ser captada mais rápida e eficazmente. O cérebro processa as características visuais existentes, ou seja, aquilo que os olhos veem, e isso permite-nos formar «uma espécie de esboço mental» (*ibid.*, p. 45). Só depois poderemos efetuar uma opinião geral do que vimos. «*Perception is thus paradoxical. The perceived thing is itself paradoxical; it exists only in so far as someone can perceive it*»<sup>3</sup> (Jenks, 1995, pp. 1-2).

Relativamente à visualidade, supõe-se assim que *ver* não é uma ação necessariamente objetiva, por nela incorporarmos a nossa noção de realidade. Armando Vilas-Boas (2010) refere-se precisamente à questão da subjetividade do olhar:

O ato de olhar nunca é inocente, seja da parte do observador seja da parte dos representados. A sua importância no contexto da cultura visual é grande, na medida em que, sendo um meio primitivo e universal de comunicação animal, carrega consigo uma série de implicações e conotações que são relevantes no estudo das mensagens visuais e do tipo de cultura em que estas se inserem. (pp. 90-91)

Ver imagens é interpretá-las como se as mesmas se dirigissem a nós próprios, com um certo sentido de exclusividade, concedendo-nos, ainda que parcialmente, o controlo sobre o seu sentido e intenção (*ibid.*, p. 87). Antes do seu conceito ser posto em palavras, fazemos a nossa própria análise no momento em que a depreendemos. Ora, sendo que a comunicação não se efetua unicamente pela linguagem, e não desconsiderando a sua importância, regista-se uma crescente valorização da imagem na sociedade atual, como anteriormente referido.

De acordo com a questão da visão, ainda antes de analisarmos toda a evolução histórica, John Berger em *Ways of Seeing* (1972), introduz-nos uma noção básica:

---

<sup>3</sup> «A perceção é paradoxal. O objeto percecionado é, em si, paradoxal; apenas existe se alguém o percecionar» (tradução da autora).

Seeing comes before words. (...) It is seeing which establishes our place in the surrounding world; we explain that world within words, but words can never undo the fact that we are surrounded by it. The relation between what we see and what we know is never settled.<sup>4</sup> (p. 7)

Depreende-se então que a imagem é um método comunicacional muito mais imediato. Percecionamos, pensamos e falamos sobre o que vemos, ou seja, presume-se que as palavras surgem após a visualização de algo. Todas as explicações e suposições só serão justificadas depois do objeto visual ser realmente visto, daí a afirmação de Berger (1972) de que «ver vem antes das palavras». Para além disso, apesar da linguagem fornecer, de forma clara, detalhada e específica qualquer tipo de ideias, o grande poder das imagens centra-se no facto de estas não necessitarem de traduções e de existir maior probabilidade de serem universalmente compreendidas (Crow, 2006, p. 19).

De um ponto de vista histórico, a sociedade contemporânea ocidental têm vindo a dar cada vez mais relevância ao objeto visual como método comunicacional desde a transição do pré-modernismo, onde os objetos visuais não circulavam com tanta frequência e logo não eram tão valorizados, para a sensibilidade do modernismo, que colocou o visual numa posição de destaque, associando o ato de ver à aquisição de conhecimento e ao enriquecimento intelectual, e, seguidamente, para o pós-modernismo, em que a interação com uma miríade de experiências visuais existentes se tornou numa constante até aos dias de hoje (Rose, 2001, p. 4). Nicholas Mirzoeff, citado por Rose (2001, p. 4), afirma: «*Seeing is a great deal more than believing these days*»<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> «Ver vem antes das palavras. [...] É a visão que estabelece o nosso lugar no mundo que nos rodeia; explicamos esse mundo através de palavras, mas as palavras nunca poderão contrariar o facto de que estamos rodeados do mesmo. A relação entre o que vemos e o que sabemos nunca está resolvida.» (tradução da autora).

<sup>5</sup> «Ver é muito mais do que crer, nos dias que correm.» (tradução da autora).

### 2.1.1.2. Imagem

Richard Poulin (2011, p. 227) define a imagem como sendo «um artefacto normalmente apresentado como uma figura bidimensional, uma ideia ou uma impressão de uma pessoa ou objeto físico». Como meio de comunicação visual, a imagem centra-se na sua capacidade de chegar às pessoas e passar determinada mensagem. Assumindo a forma de «*glyph, pictogram, symbol, drawing, illustration, painting, photography and even typography*»<sup>6</sup> (*ibid.*, p. 228), esta é a “arma” do designer visual para transmitir conteúdos ao mundo.

A imagem é tornada real quando é captada – ou por um dispositivo ótico (como uma máquina fotográfica) ou pelo olhar – e quando é ilustrada manual ou tecnologicamente (*ibid.*, p. 231).

Poulin (*ibid.*) divide-a em quatro classificações, no que diz respeito à sua exposição e conteúdo: volátil ou fixa e estática ou em movimento. Relativamente à sua exposição, a imagem volátil é temporária, como o «reflexo de um objeto num espelho», e a fixa é aquela que é registada numa superfície de forma permanente, como é o caso de uma impressão. Já o seu conteúdo reparte-se entre imagem estática, que, como o nome indica, encontra-se imóvel como uma fotografia, e em movimento, como um vídeo ou um *gif*.

Em referência ao seu formato gráfico, Poulin (2011, p. 232) argumenta que o designer pode escolher a linguagem visual que pretender adotar, para melhor comunicar com a sua audiência: «*Both forms can be realistic representations or interpretive expressions depicting a wide range of visual narratives*»<sup>7</sup>.

Finalmente, no que diz respeito à sua função, esta pode assumir-se como «literal, representacional, metafórica ou abstrata» (*ibid.*, p. 233), dependendo do intuito para o qual é utilizada.

---

<sup>6</sup> «glifo, pictograma, símbolo, desenho, ilustração, pintura, fotografia e mesmo tipografia» (tradução da autora).

<sup>7</sup> «Ambas as formas podem ser representações realistas ou expressões interpretativas que ilustram uma grande variedade de narrativas visuais. » (tradução da autora).

É o papel do designer, enquanto contador de histórias, determinar o seu impacto final.

### **2.1.1.3. Representação**

Por já estabelecermos que a imagem impera nos dias de hoje e é constantemente utilizada para a transmissão de mensagens, é essencial compreender os sistemas que lhe atribuem relevância e que estabelecem o seu significado. Introduz-se deste modo o conceito de representação.

A representação indica que uma imagem deixa de ser apenas uma imagem, sem sentido ou propósito, a partir do momento em que é visualizada por alguém (Sturken & Cartwright, 2001, pp. 12-13). Ora, como anteriormente descrito, o olhar na cultura visual não é inocente e, quando observamos, exigimos e formulamos contexto. E esta é a nossa constante relação com aquilo que nos rodeia: temos predisposição, quer consciente ou inconscientemente, para interpretar tudo o que vemos, atribuir-lhe um significado e fazer julgamentos. Personalidades como o filósofo polaco-americano Alfred Korzybski, autor de célebres frases como «*The word is not the thing*»<sup>8</sup> e «*The map is not the territory*»<sup>9</sup>, e o pintor surrealista René Magritte, com a obra *The Treachery of Images* («*Ceci n'est pas un pipe*»<sup>10</sup>), jogam desta forma com o conceito da representação.

Tal como a linguagem, tudo o que faz parte do domínio do visual representa, na verdade, uma construção. Daí que seja necessário ter em conta a própria constituição daquilo que é visível, o meio em que o mesmo existe (ou é difundido) e a audiência que o observa (Rose, 2001, p. 20).

Pode assim afirmar-se que os sistemas de representação afetam diretamente a noção de realidade de cada um, já que a nossa capacidade de interpretação e de julgamento é influenciada pela cultura que nos instrui, pela sociedade em que estamos inseridos e por uma série de fatores históricos que culminaram no momento exato em

---

<sup>8</sup> «A palavra não é o objeto.» (tradução da autora).

<sup>9</sup> «O mapa não é o território.» (tradução da autora).

<sup>10</sup> «Isto não é um cachimbo.» (tradução da autora).

que paramos para observar o que quer que esteja diante de nós (Sturken & Cartwright, 2001, pp. 30-31). Em suma, a experiência visual poderá diferir de pessoa para pessoa.

Precisamente porque cada cultura tem as suas regras e convenções (Sturken & Cartwright, 2001, p. 14), no que diz respeito a sistemas de representação, a importância da imagem não é necessariamente atribuída à imagem em si, mas ao poder que ela tem e à mensagem que poderá transmitir ao observador naquele momento e naquele lugar.

#### **2.1.1.4. Semiótica**

Relativamente à questão da interpretação, esta terá de ser explicada através da Semiótica, pois são os seus princípios que constituem a base da atribuição de significados às imagens que observamos.

Sturken e Cartwright (2001, pp. 28-29) explicam os princípios da Semiótica, com uma menção imperativa aos seus grandes fundadores: o filósofo americano Charles Peirce, que desenvolveu a sua teoria no decorrer do século XIX, e o linguista suíço Ferdinand de Saussure, em inícios do século XX.

Descrevem a teorização de Peirce de que perceber apenas uma imagem (ou ouvir uma palavra) não bastaria para descodificá-la. A perceção teria de estar aliada a um raciocínio subsequente para que se alcançasse então o respetivo significado. Logo, esta fase de dedução seria também parte integrante do processo de interpretação. Sumarizando, a perceção unida ao pensamento e à linguagem levam-nos a categorizar o que nos rodeia e a agir e conformidade (*ibid.*, p. 28).

Já Saussure refere que a interpretação de um significado está igualmente dependente de convenções impostas e de códigos existentes. O exemplo mais evidente, no que diz respeito à linguagem, seria nomear um objeto que é igual em todo o mundo, mas que, graças à multiplicidade de idiomas que existem, há também uma enorme variedade de palavras para o definir. Deste modo, Saussure deixa claro que a relação entre palavras e objetos é arbitrária e ditada por convenções da linguagem, ao invés de uma suposta ligação instintiva e natural (*ibid.*).



É de frisar igualmente o semiólogo francês Roland Barthes que, influenciado pelos estudos de Saussure, implementa um dos modelos mais claros e diretos no que diz respeito ao entendimento de sistemas visuais de representação. Sendo a Semiótica o estudo de signos, Barthes propõe uma definição para os mesmos, como um conjunto de *significantes* (representados por um som, uma palavra, uma imagem, etc.) e *significados* (noção que é atribuída ao respetivo som, palavra ou imagem). Nesse sentido, um significante poderá ter inúmeros significados, conforme o contexto em que é percecionado, e, conseqüentemente, representar outra grande variedade de signos (*ibid.*, p. 29).

Em concordância com este modelo, Barthes também estuda a questão da denotação e conotação dos signos (Sturken & Cartwright, 2001, p. 19). A denotação representa o sentido literal daquilo que captamos, sendo como que uma descrição exata do que estamos a percecionar. Contudo, uma imagem pode evocar-nos determinados sentimentos, lembranças, ligações. Tal é o exemplo da publicidade, que, ao invés de nos apresentar um produto ou um serviço de forma objetiva, introduz-nos toda uma experiência (tendencialmente positiva) associada ao seu consumo. É na criação de conceitos que a conotação reside. Mais uma vez, de acordo com o contexto social, cultural e histórico do observante, o aspeto conotativo de uma imagem confere-lhe um poder específico.

Para Peirce existiam três tipos de signos: o ícone, que expressa de forma literal o significado daquilo que representa, como é o caso da fotografia; o índice, que estabelece uma espécie de ligação física com o objeto a representar, como pegadas na areia; e o símbolo, que, de uma forma «arbitrária e convencional» (Vilas-Boas, 2010, p. 20), se associa com o seu significante, como uma bandeira que simboliza uma nação (*ibid.*). Connie Malamed (2009) comenta a importância do simbolismo na comunicação visual, ao declarar que as convenções que eles estabelecem podem ser formas eficazes e poderosas de ligar uma ideia a um objeto: «*The diversity of objects*

*and signs that work as visual symbols is enormous, providing designers with a large vocabulary to shape meaning.»<sup>11</sup> (ibid., p. 212).*

Um dos objetivos da vertente projetual deste trabalho, para além de apresentar os retratos fotográficos enquanto ícones, foi ligar traços de personalidade a conteúdos visuais que estabelecessem uma relação simbólica entre ambos, ou seja, por meio de uma convenção que pertença a um conjunto de culturas (não exclusivamente a nossa). O processo de escolha e a justificação de cada símbolo utilizado nas imagens produzidas encontra-se presente no capítulo Projeto (p. 81).

---

<sup>11</sup> «A diversidade de objetos e signos que funcionam como símbolos visuais é enorme, garantindo aos designers um vasto vocabulário para formar significado» (tradução da autora).

## 2.1.2. Fotografia

### 2.1.2.1. Contextualização histórica

Os seres humanos, no geral, têm uma relação complicada com o tempo. Todos temos um tempo de vida finito e a maioria saberá quais são as implicações de envelhecer. Não será difícil concluir que daí advêm muitos estigmas e dilemas relativamente à nossa aparência. Uns aceitam como a idade os molda, outros procuram soluções para recuperar a sua juventude. Mas a dura realidade é que o tempo não pára, sendo a fotografia a sua exceção.

O fascínio pela fotografia começou há cerca de dois séculos atrás, quando, pela primeira vez, se conseguiu com sucesso transcrever a realidade visível para uma imagem espantosamente precisa. Até à altura, era através da pintura que os artistas procuravam fazer representações fieis do mundo que os rodeava, mas este novo meio provou que não existiria qualquer mão humana que pudesse fazê-lo de forma tão clara. Susan Sontag, na sua aclamada obra *On Photography* (1997), vem afirmar isso mesmo, declarando que a fotografia, desde a sua génese, veio apropriar-se do real: «[...] a photograph – any photograph – seems to have a more innocent, and therefore more accurate, relation to visible reality than do other mimetic objects»<sup>12</sup> (*ibid.*, p. 6).

Esta aparente transparência começou por ser bastante aliciante, pois já que o tempo real não parava, a fotografia dava a hipótese de preservar determinados momentos em papel. Desta forma, a realidade tornava-se num objeto simbólico, como que um portal para o passado. Esta foi, sem dúvida, uma das razões que elevou a fotografia de retrato a um grau de popularidade geral. As pessoas valorizaram a possibilidade de terem fotografias dos seus entes queridos e também existia curiosidade em observarem-se a si próprias segundo uma lente tão aparentemente objetiva. O retrato estimulava memórias e dava uma sensação de posse que nenhum outro meio lhes conseguiria dar (Marien, 2006, p. 63). A essência desta premissa não

---

<sup>12</sup> «Uma fotografia – qualquer fotografia – parece ter uma relação mais inocente, e nesse caso mais exata, com a realidade visível do que qualquer outro objeto mimético» (tradução da autora).

se alterou muito até aos dias de hoje, mas o mesmo não pode ser dito em relação à evolução da fotografia – quer de retrato ou em geral – enquanto método de documentação e também enquanto forma de arte.



Fig. 3 – Retrato de Louis Jacques Mande Daguerre (1884)

Extraído de [www.photographydictionary.net](http://www.photographydictionary.net)

O francês Louis Daguerre (1787-1851) é um dos nomes mais importantes a mencionar na história deste meio. Ficou conhecido como um dos pais da fotografia por ter inventado a primeira modalidade de retrato, intitulada em sua honra como o Daguerreótipo.

Inicialmente, este tipo específico de retrato revelou-se muito pouco prático. O tempo de exposição das máquinas era bastante prolongado, obrigando a pessoa fotografada a manter-se o mais imóvel

possível. Foram inclusive criadas estruturas de encosto que suportavam o pescoço para evitar que as fotografias ficassem tremidas (Marien, 2006, p. 61).

Com o passar do tempo, os dispositivos foram-se modernizando e os daguerreótipos eventualmente deixaram de exigir posturas tão rígidas. Esta evolução tecnológica deu igualmente maior liberdade aos fotógrafos de introduzir a questão estética nos seus trabalhos: desde a procura de padrões para os cenários de fundo à disposição das pessoas em poses mais teatrais. Referindo-se especificamente à realidade americana, os estúdios fotográficos, diz Marien (*ibid.*, p. 66), «surgiam em cada praça».

Perante a câmara, as pessoas tornaram-se muito mais conscientes da sua aparência. O ato de ser fotografado dava uma sensação de relevância a quem se encontrava diante da objetiva, de consciência sobre a sua própria imagem pessoal. Os estúdios mais reputados chegavam mesmo a contratar estilistas e cabeleireiros para

melhorar o aspeto dos clientes. E não tão distantes de algumas estratégias publicitárias dos dias de hoje, os fotógrafos ofereciam-se a tirar retratos gratuitos às celebridades da época, de forma a poder exibi-las nas paredes dos seus estúdios e aliciar quem quer que passasse a entrar e a tirar uma fotografia (*ibid.*, p. 68). A inclusão de figuras políticas também não tardou, no sentido de ajudar a vender uma imagem mais humanizada e acessível dos mesmos ao público (*ibid.*).

Depreende-se assim que foram muitas as razões que tornaram os daguerreótipos num fenómeno de popularidade desde a sua génese, mas uma das preconcepções criada a seu respeito estaria longe da verdade: a fotografia não era um espelho do real.

Num plano geral, as pessoas facilmente aceitaram o “olhar” da objetiva como um registo automático e fidedigno do mundo exterior. A precisão da câmara, que suplantava qualquer pintura, não era posta em causa. O que registava eram meros factos, imagens sem necessidade de interpretação (Marien, 2006, p. 74).

Terry Barrett (2006) relata em *Criticizing Photographs – An Introduction to Understanding Images*:

Photographs made in a straightforward, stylistically realistic manner are in special need of interpretation. They look so natural that they seem to have been made by themselves, as if there had been no photographer. If we consider how these photographs were made, we may accept them as if they were made by an objective, impartial recording machine.<sup>13</sup>  
(p. 42)

Já Sontag (1997, p. 6) referia a indiscutível aproximação da fotografia à realidade, mas relembra que o trabalho do fotógrafo não é, de todo, inocente. Desde o controlo da luz ao ângulo escolhido e aos elementos que ele selecciona para fazer a sua foto, a realidade passa a ser a sua visão particular. A fotografia não é mais do que uma interpretação do mundo, sujeita ao nosso olhar e à nossa crítica. O exemplo mais óbvio para ilustrar este argumento será o facto de que muito dificilmente duas pessoas

---

<sup>13</sup> «Fotografias tiradas de uma forma direta e estilisticamente realista possuem uma necessidade especial de interpretação. Aparentam ser tão naturais, como se tivessem sido feitas por si próprias, como se não tivesse existido um fotógrafo. Se considerarmos como estas fotografias são conseguidas, poderemos aceitá-las como se tivessem sido tiradas por uma máquina objetiva e imparcial» (tradução da autora).

conseguirão fazer exactamente o mesmo registo de um mesmo objeto. Nesse caso, haverá sempre dois planos do real, segundo a escolha de cada indivíduo. Precisamente pelo facto da fotografia ser parcial, a documentação do quotidiano apresentou novos desafios visuais em que a experiência e a sensibilidade cultural do fotógrafo poderiam transformar um cenário tradicional num trabalho interessante (*ibid.*, pp. 88- 89). Regressando ao século XIX, aquando das primeiras explorações do potencial fotográfico, começou a impor-se a questão da fotografia para lá da sua mera capacidade documental. Mais fidedigna do que a pintura mas nunca mais verdadeira do que a realidade, encontrava-se numa espécie de limbo entre a arte e o real. E enquanto alguns fotógrafos se mantiveram fieis ao objetivo primário da câmara, outros decidiram ir mais além.

Albert Sands Southworth (1811-1894) foi um dos primeiros a criar relação entre o papel do artista e do fotógrafo. Citado por Marien (2006, p. 70), Southworth propõe: «[...] *the artist, even in photography, must go beyond discovery and the knowledge of the facts. He must create and invent truths, and produce new developments of facts*»<sup>14</sup>.

As visões que se seguiram a Southworth e que utilizaram esta mesma premissa revelaram-se bastante interessantes. Comprovou-se que o fotógrafo não precisava de ter o estatuto de artista para poder obter resultados mais criativos, tal como o artista não precisava de se dedicar exclusivamente à fotografia para usá-la como material nas suas criações artísticas. Duas pessoas que assim o fizeram foram David Octavius Hill (1802-1870) e Robert Adamson (1821-1848), que formaram, no sentido literal da expressão, uma verdadeira dupla criativa do século XIX. Aproveitando os novos materiais e processos químicos que iam surgindo, incorporaram alguns dos princípios estéticos da pintura nos seus trabalhos, jogando com luz e sombra e estudando as poses mais marcantes para os sujeitos das suas fotografias.

---

<sup>14</sup> «[...] o artista, mesmo na fotografia, deverá ir além da descoberta e do conhecimento dos factos. Ele deverá criar e inventar verdades, e produzir novos desenvolvimentos de factos.» (tradução da autora).

Enquanto Adamson era o responsável pela execução fotográfica, Hill, que tinha formação prévia em pintura e litografia, responsabilizava-se pela direcção artística (Marien, 2006, p. 72).



Fig. 4 – *Redding the Line*, David Octavius Hill e Robert Adamson (1846)

Extraído de [www.studyblue.com](http://www.studyblue.com)



Fig. 5 – *Lady Elizabeth Rigby*, David Octavius Hill e Robert Adamson (1847)

Extraído de [www.viola.bz](http://www.viola.bz)

Claramente que quando Southworth falava em “realidades inventadas” na fotografia, nunca imaginaria a quantidade de ferramentas de criação e manipulação que existem nos dias de hoje. Quer as suas obras como as de Hill e Adamson jogavam apenas com cenários e atores, criando novas narrativas. Ainda assim, surpreendentemente, alguns trabalhos fotográficos também já estariam a ser manipulados de outras formas. O fotógrafo alemão Édouard Baldus (1813-1889) retocava os negativos para melhorar os seus trabalhos e muitos outros criativos chegavam mesmo a pintar fotografias para alterar cores e formas. A fotografia tornava-se assim mais apelativa, mas nunca ao ponto de parecer completamente deslocada do mundo real. Seria apenas uma realidade mais aperfeiçoada, mais intensa e interessante de se ver (Marien, 2006, p. 74).

Precisamente porque a crescente popularidade da fotografia a elevou a um estatuto artístico, depressa surgiram críticas contra a sua proliferação. Até à altura, a arte era caracterizada pelo cunho pessoal dos artistas, pelos movimentos que os mesmos criavam ou pelos quais se deixavam influenciar, pelas técnicas visíveis em

cada obra. Apesar da fotografia não carecer de técnica e da visão particular do fotógrafo, alguns críticos não a achavam digna o suficiente para ser considerada arte e muito menos para substituir a pintura enquanto representação visual da vida quotidiana (e não só). Uma das razões mais apontadas era o uso da câmara, ao invés da mão humana. Críticos, como o britânico John Ruskin (1819-1900), achavam que era o suficiente para retirar qualquer tipo de alma ao trabalho final: «*Where the mind filters and emphasizes, the machine does not*»<sup>15</sup> (Ruskin, citado por Marien, 2006, pp. 76-77).

O pintor procurava representar o mundo de forma irrepreensível, mas falhava por nunca conseguir alcançar a exatidão da fotografia. O fotógrafo, perante a natureza mecânica da máquina, procurava transcendê-la para criar uma obra de arte. A pintura encontrava-se reclusa da sua reputação enquanto “construção” e a fotografia queria ser mais do que uma simples divulgação<sup>16</sup>. Com a convulsão que a fotografia causou no mundo artístico, Sontag (1997, p. 94) esclarece que esta acabou finalmente por libertar a pintura para o mundo modernista do abstraccionismo.

Ainda assim, decorridos dois séculos, a relação da fotografia com a realidade continua a levantar questões sobre determinados padrões que ela impõe. Relativamente ao retrato, já aqui foi mencionada a valorização que se começou a dar à imagem pessoal com o aparecimento do daguerreótipo. Enquanto que na era digital, podemos tirar várias fotografias, escolher a que mais nos agrada e eliminarmos as restantes, na época não existiam muitas oportunidades para se conseguir o retrato perfeito. Dado o valor sentimental que tinham (já que eram usadas com oferta a entes

---

<sup>15</sup> «Onde a mente filtra e empatiza, a máquina não o faz.» (tradução da autora).

<sup>16</sup> Susan Sontag desenvolve perfeitamente esta afirmação numa passagem de *On Photography*: «As imagens são, de facto, capazes de usurpar a realidade porque, em primeiro lugar, uma fotografia é, para além de uma imagem (tal como uma pintura é uma imagem), uma interpretação do real; é igualmente um vestígio, algo decalcado do real, como uma pegada ou uma máscara mortuária. Enquanto uma pintura, mesmo uma que alcance os padrões fotográficos de similaridade, não é mais do que a afirmação de uma interpretação, uma fotografia nunca é menos do que o registo de uma emanção (ondas de luz reflectidas por objetos) – um vestígio material do seu sujeito de um modo que nenhuma pintura o poderá ser.» (1997, p. 154, tradução da autora).



queridos e guardadas como recordação), a pressão para conseguir um momento perfeito era significativa. Sontag (1997, p. 85) refere esta dualidade entre o fotógrafo, que procura fazer um trabalho belo, e o retratado, que teme que a câmara exponha o seu lado menos atraente. Ambos procuravam a imagem idealizada, receando a rejeição da câmara.

Apesar de parecer uma noção muito recente e atual, já na altura as pessoas davam muito mais mérito e importância à imagem do que aquela que ela possivelmente merecia. Num plano geral, esta valorização quase que excessiva da fotografia e do seu aparente poder de dizer sempre a verdade, começou eventualmente a ser alvo de críticas. Foi em 1851 que Nathaniel Hawthorne publicou *The House of The Seven Gables*, a história do fotógrafo Holgrave, que realizava daguerreótipos com poderes mágicos, revelando o que nenhum pintor alguma vez conseguiria detectar: o carácter moral das pessoas. Quer Sontag (1997, p. 87) como Marien (2006, pp. 75-76) mencionam esta obra de ficção como que uma crítica à forma como certos preconceitos nasciam, provenientes quer da ignorância do público como pelo poder supérfluo que atribuíam à imagem. De ressaltar o criminologista Cesare Lombroso (1835-1909), prezado pelos seus estudos que afirmavam ser possível detectar um rosto criminoso com base em retratos fotográficos. Desde sempre que julgamos rostos, mas a invenção da fotografia veio estimular esta tendência, permitindo um escrutínio que antes não era possível.

Esse mesmo escrutínio fotográfico atemorizava também o escritor francês Honoré de Balzac (1799-1850). «*Balzac's fanciful theory*,» revela Sontag (1997, p. 159), «*[...] that a body is composed of an infinite series of 'ghostly images', eerily parallels the supposedly realistic theory expressed in his novels, that a person is an aggregate of appearances which can be made to yield, by proper focusing, infinite layers of significance*»<sup>17</sup>. Ora, visto defender que uma pessoa é um agregado de

---

<sup>17</sup> «A elaborada teoria de Balzac, [...] de que um corpo é composto por uma série infinita de “imagens espectrais”, faz um paralelo sinistro com a teoria realista expressada nos seus romances, de que uma pessoa é um agregado de

aparências, Balzac considerava muito redutora a ideia da sua aparência visível ser usada na fotografia para representar todos os outros mundos que continha dentro de si.

Desde o tempo em que a influência da imagem residia na pressão para se tirar uma boa fotografia até à atual saturação de retratos de corpos e rostos perfeitos que chegam até nós diariamente, o processo parece ter-se invertido. Ao invés de ser julgada a eficácia das imagens na sua semelhança à realidade, atribui-se muito mais à realidade os padrões que a imagem nos impõe: «*Feuerbach observes about “our era” that it “prefers the image to the thing, the copy to the original, the representation to the reality, appearance to being” – while being aware of doing just that*»<sup>18</sup> (Sontag, 1997, p. 153).

Mas Sontag (*ibid.*) aquieta-nos ao afirmar que este fascínio pela fotografia não é necessariamente mau ou obsessivo numa grande parte dos casos. Ele apenas existe porque a imagem se tornou extremamente apelativa e o seu público acomodou-se a ela. Na realidade, somos muito mais complexos do que qualquer fotografia nossa. Contudo, tal não indica que uma imagem seja um formato simples, mas é, de facto, mais direto. Tendencialmente, a sua mensagem é mais imediata do que um texto ou um discurso, dependendo daquilo que quer transmitir. Somos influenciados por ela, permitimos que a mesma se influencie por nós e o intuito não é vê-la como a verdade, mas sim deixarmo-nos seduzir pela sua narrativa. É como que uma extensão do ser humano que pode ser adquirida, divulgada, controlada quer por nós como por outros: «*People in industrialized countries seek to have their photographs taken – they feel that they are images, and are made real by photographs*»<sup>19</sup> (Sontag, 1997, p. 161).

---

aparências que pode produzir, com a concentração adequada, camadas infinitas de significado.» (tradução da autora).

<sup>18</sup> «O que Feuerbach conclui sobre “a nossa era” é que “esta prefere a imagem ao objeto, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser” – enquanto está ciente disso mesmo.» (tradução da autora).

<sup>19</sup> «As pessoas de países industrializados procuram ser fotografadas – sentem que elas próprias são imagens, e tornam-se reais através da fotografia.» (tradução da autora).

Relativamente a narrativas fotográficas, Sontag refere ainda a diferença entre a fotografia que valoriza a vertente comercial, que normalmente exalta a perfeição e atratividade, e aquela que encontra rostos anónimos, pouco fotogénicos, longe de serem influenciados pela objetiva (1997, p. 104). Tal é o caso da oposição entre a fotografia de moda e o fotojornalismo.



Fig. 6 – Jennifer Lawrence na capa da *Bazaar Magazine*, Ben Hassett (2013)  
Extraído de [www.nydailynews.com](http://www.nydailynews.com)



Fig. 7 – *Migrant Mother*, Dorothea Lange (1936)  
Extraído de [www.pbs.org](http://www.pbs.org)

Photography has served to enlarge vastly our notion of what is aesthetically pleasing. Sometimes this reaction is in the name of truth. Sometimes it is in the name of sophistication or of prettier lies [...].<sup>20</sup> (Sontag, 1997, p. 105)

Uma fotografia com impacto é aquela que joga com a sua mensagem, ou seja, aquilo que ela tão claramente mostra poderá não ser tão claro assim de se compreender totalmente. Há uma componente de objetividade e realidade como uma de mistério e secretismo. Uma foto não é, no seu sentido literal, uma mensagem. Nós é que construímos essa mensagem daquilo que depreendemos da imagem. Ela pode parecer óbvia e sincera, mas não faz mais do que convidar-nos a entendê-la.

<sup>20</sup> «A fotografia serviu para amplificar a nossa noção do que é esteticamente satisfatório. Por vezes, esta reação é em nome da verdade. Por vezes, é em nome da sofisticação ou de mentiras mais bonitas... [...]» (tradução da autora).

Um momento que a realidade já levou, mas que a fotografia aprisionou e que está sempre aberto a discussão.

Discutir e interpretar uma fotografia varia conforme o sitio onde a mesma é exposta: «[...] *on a contact sheet, in a gallery, in a political demonstration, in a police file, in a photographic magazine, in a general news magazine, in a book, on a living-room wall* [...]»<sup>21</sup>, exemplifica Sontag (1997, p. 106), procurando provar que os diferentes usos das fotografias não asseguram sempre o mesmo significado. A autora vai mais longe ao referir que o uso da fotografia poderá *ser* o seu significado, repartido em cada situação, relativo para cada individuo. Deixa de ser apenas um.

Enquanto objeto de consumo, esta redefine a experiência do quotidiano, bem como a realidade em si, que se torna num objeto em exposição, pronto para análise. De certo modo, as imagens consomem a realidade porque estamos constantemente a consumir imagens. Grande parte da nossa realidade passou a ser a imagem e exigimos que essa realidade seja constantemente renovada. Quer em relação à fotografia como à nossa imagem pessoal e à dos outros. Saciamo-nos do que vemos muito depressa, julgamos muito depressa, cada vez menos queremos a versão completa. Apropriamo-nos do imediato e tornamo-lo obsoleto (Sontag, 1997, p. 179).

A missão principal da fotografia será fazer-nos ver o mundo, quer seja através de uma forma realista e documental ou artística e ornamentada. O intuito será preservar a nossa existência, o nosso “agora”, por mais realista ou manipulado que seja. Todos os recantos da experiência humana são apresentados para discussão e consumo. É precisamente para contrariar um certo preconceito de que a fotografia poderá representar a única realidade de uma pessoa que o presente projeto-tese foi desenvolvido. Ao mesmo tempo que celebra o retrato, servindo-se dele como o meio mais próximo de captar o plano do visível e, conseqüentemente, da aparência, ele não se cinge apenas a isso. Apesar da eventual aceitação da fotografia enquanto arte e

---

<sup>21</sup> «[...] numa folha de contato, numa galeria, numa demonstração política, num registo policial, numa revista de fotografia, numa revista de notícias generalizadas, num livro, na parede de uma sala [...]» (tradução da autora).

enquanto parte integrante do design visual, há ainda mais para explorar no que diz respeito ao que a máquina por si só não consegue trazer à luz. O potencial encontra-se no trabalho criativo do designer, com o auxílio das ferramentas adequadas, e no que consegue acrescentar à narrativa que cada uma das fotografias dos participantes começou por contar.

#### **2.1.2.2. O retrato contemporâneo**

Ao longo dos anos, inúmeros fotógrafos têm tido um papel determinante na história da fotografia. A criatividade por detrás de cada trabalho e os conceitos que motivaram as suas obras potenciaram o seu sucesso e a garantiram-lhes projeção. Todavia, graças ao espírito de “aldeia global” que a *internet* proporcionou, já não são apenas os fotógrafos de renome que têm visibilidade. Muitos principiantes ou mesmo aqueles que encaram a fotografia como *hobbie* podem agora apresentar o seu portefólio ao mundo e, inclusivamente, explicar o seu processo, através das redes sociais ou nos seus próprios *blogs* e *websites*. Segundo Austin Kleon (2012, p. 39), a importância da partilha na era digital, especialmente no que diz respeito ao método de trabalho dos criativos, é crucial. O escritor e artista visual norte-americano escreve:

Audiences not only want to stumble across great work, but they, too, long to be creative and part of the creative process. By letting go of our egos and sharing our process, we allow for the possibility of people having an ongoing connection with us and our work, [...]”<sup>22</sup>. (2012, p. 44)

Relativamente a essa mesma partilha de conhecimentos sobre trabalhos e processos criativos, a obra *Why Photography Matters as Art as Never Before* (2008) do crítico de arte Michael Fried procura esclarecer qual a forma mais natural de produzir um retrato, concluindo que um dos fatores essenciais é a dinâmica entre o fotografado, o fotógrafo e o espectador. O sujeito revela-se perante o olhar do público e o fotógrafo procura a representação do mesmo (Fried, 2008, p. 192).

---

<sup>22</sup> «As audiências querem, não só encontrar bons trabalhos, mas procuram igualmente ser criativos e fazer parte do processo criativo. Ao libertarmo-nos dos nossos egos e partilharmos o nosso processo, permitimos que as pessoas tenham uma ligação contínua connosco e com o nosso trabalho, [...]» (tradução da autora).

Aquilo que o autor (*ibid.*) pretende referir, citando Henri Cartier-Bresson, é, fundamentalmente, que o fotógrafo não se deverá sobrepor à pessoa fotografada nem fazê-la sentir-se desconfortável. A sua missão é passar despercebido, pelo menos, de forma a que exista menos pressão na altura de tirar a fotografia. É necessário que as pessoas se apercebam de que a imagem a ser captada é a sua e que exista uma consciência daquilo que está a ser feito, como um questionamento de “quem sou eu?” perante a câmara (*ibid.*, pp. 196-197).

Ao introduzir a fotógrafa holandesa Rineke Dijkstra, Fried (*ibid.*) destaca no seu trabalho o facto de que, apesar dos seus sujeitos estarem completamente cientes de que irão ser fotografados, a expressão final dos mesmos escapa ao seu controlo. Apresentam-se a si próprios, mas acabam por revelar sempre mais do que isso. Parte da forma de ser e de estar das pessoas transparece nas fotografias, porque elas não podem estar totalmente em controlo do seu corpo em todos os momentos, e é num desses momentos de distração e descontração que o obturador de Dijkstra dispara. É o que Fried (*ibid.*, p. 207) chama de separação entre Intenção (da pessoa) e Efeito (do momento).

Intenção e efeito indicam então o contraste entre o que os retratados pretendem mostrar perante a objetiva através da sua expressividade facial e corporal e a expressão que acabam por exibir, que momentaneamente esteve fora do seu controlo. (*ibid.*, p. 208). Quer isto dizer que a expressividade poderá estar ligada à forma de ser e de estar da pessoa, mas é, acima de tudo, uma componente da aparência física. A forma como ela se apresenta (se não estiver a forçar uma expressão ou se for apanhada num momento de “descontrolo”) é o transparecer do seu estado mental para o estado físico.

Quem começou originalmente por mencionar a referida “intenção e efeito” foi a fotógrafa Diane Arbus (1923-1971), e Fried (*ibid.*) explica como Dijkstra se apropria dessa premissa para procurar autenticidade nos seus trabalhos, conseguida entre aquilo que as pessoas estão cientes de que estão a mostrar e o que elas mostram

apesar de si mesmas: «[...] *the tension between reserve and openness, between hiding and revealing. But never divulging their secrets.*»<sup>23</sup> (Dijkstra, citada por Fried, p. 214).

De acordo com estas noções básicas que, de um modo geral, tendem a representar os objetivos da fotografia de retrato “clássica” e no âmbito deste projeto-tese, destacaram-se três fotógrafos de retrato contemporâneos, cujos métodos, motivações e projetos serviram de inspiração para a componente prática: Martin Schoeller, Peter Zelewski e Danny Santos.

«*One of our generation’s greatest photographers*»<sup>24</sup>, é como o jornalista Charlie Fish (2015) descreve Martin Schoeller.

Reconhecido pelos seus inconfundíveis *close-ups*, o fotógrafo alemão tornou-se uma referência no universo da fotografia de retrato. Atualmente sediado em Nova Iorque, Schoeller tem no seu currículo retratos de Meryl Streep, Robert DeNiro, Bill Clinton, Barack Obama, entre muitas outras figuras públicas.



Fig. 8 – *Barack Obama*, Martin Schoeller (2004)

Extraído de [martinschoeller.com](http://martinschoeller.com)

Contudo, para além das celebridades que já captou com a sua objetiva, o fotógrafo também inclui perfeitos estranhos nos seus projetos: «(...) *that always fascinated me, the idea of taking portraits, in my case, that allow comparison, treating different people from different walks of life and backgrounds all the same.*»<sup>25</sup> (Schoeller, citado por Callard, 2009).

Para além da óbvia ligação à fotografia de retrato, a relevância de Schoeller para o presente projeto revê-se significativamente na motivação que o leva a concretizar

<sup>23</sup> «[...] a tensão entre a reserva e a abertura, entre o que se esconde e o que se revela, sem nunca divulgar os seus segredos» (tradução da autora).

<sup>24</sup> «Um dos melhores fotógrafos da nossa geração» (tradução da autora).

<sup>25</sup> «(...) isso sempre me fascinou, a ideia de tirar retratos, no meu caso, que permitam uma comparação, tratando de forma igual pessoas diferentes com percursos de vida diferentes» (tradução da autora).

este tipo de trabalhos. Quando entrevistado, o fotógrafo explica um pouco do seu fascínio com a face das pessoas, afirmando que através delas é possível observar um laivo da sua personalidade e da sua alma. No entanto, acredita que nenhuma fotografia consegue realmente transpor essa noção por inteiro. Afirma que não há tal coisa como um retrato verdadeiramente honesto, mas sim apenas uma breve aproximação àquilo que a pessoa realmente esconde (The Talks, 2012). Sobre a proximidade dos seus *close-ups*, Schoeller refere que, dessa forma, estabelece-se uma relação de intimidade maior com o indivíduo retratado. Ignorando as suas roupas e o meio que o rodeia, um retrato tão próximo mostra «a parte mais essencial de uma pessoa» (Schoeller, citado por Callard, 2009).



Fig. 9 – *The Ceramin Artist*, Peter Zelewski (2012)  
Extraído de peterzelewski.com

Peter Zelewski revelou-se igualmente uma fonte de inspiração incontornável, graças aos notáveis retratos que capta pelas ruas de Londres. Zelewski é formado em design gráfico e admite que tem sido uma enorme mais valia no seu trabalho de fotografia (Photography

Monthly, 2014). Ao contrário de Martin Schoeller, que privilegia um tipo de retrato que figura exclusivamente a cara da pessoa, Zelewski não prescinde de incluir a cor e a expressividade das ruas como pano de fundo para os seus trabalhos.<sup>26</sup>

Em relação a quem decide colocar em primeiro plano, o fotógrafo, que escolhe maioritariamente pessoas que lhe são desconhecidas, revela que o mais importante para tirar uma boa fotografia é encontrar alguém que o cativa visualmente e, em

---

<sup>26</sup> Em entrevista à Photography Monthly: «Sou designer gráfico e essa valência indica que nem tudo se centra no que está em primeiro plano, centra-se no pacote completo. Colocar alguém num local desinteressante vai simplesmente arruinar a fotografia. Se você fosse um pintor, faria questão de ter um fundo que complementasse a pessoa. [...] Porque haveria de ser diferente na rua? É isso que torna tudo mais complicado, mas, em simultâneo, mais entusiasmante» (2014, tradução da autora).



seguida, estabelecer uma ligação de empatia com o seu sujeito. Para conseguir um resultado favorável, Zelewski defende que o retratado precisa de estar à vontade perante a objetiva. Outro ponto interessante que ressalva é a sua aversão ao “sorriso típico” que as pessoas tem tendência a exibir – por palavras suas, «*that cheesy smile*» (*ibid.*). Apesar de garantir que não pede a nenhum dos seus sujeitos para evitar um sorriso, por norma, explica o tipo de expressões que procura e consegue assim o retrato ideal (*ibid.*).

Por último, tal como Peter Zelewski, Danny Santos escolheu como área profissional o design gráfico, mas encontrou na fotografia um *hobbie* que já lhe garantiu algum sucesso.

A trabalhar em Singapura, Santos é mais conhecido pelo seu projeto *Portraits of Strangers*, que figura mais de uma centena de retratos de desconhecidos em Orchard Road, uma das ruas mais movimentadas da capital.



Fig. 10 – *Stranger #7*, Danny Santos (2011)  
Extraído de [www.dannyst.com](http://www.dannyst.com)

A razão que motivou Santos a desenvolver este tipo de projeto está diretamente associada ao presente projeto-tese em si. Quando questionado sobre o seu principal interesse em fazer fotografia de retrato, explica que, para si, cada pessoa é um “mistério por decodificar”: «*You can use the same style, framing, and lighting for all of them, but each of them will always come out different if you get to capture a glimpse of their personality.*»<sup>27</sup> (Mate, 2011).

---

<sup>27</sup> «Pode usar o mesmo estilo, plano, e iluminação para todos, mas cada um deles vai ser sempre diferente, se conseguir captar um vislumbre da sua personalidade» (tradução da autora).

### 2.1.3. Design visual

*“Here’s an aggressive statement: Those artists and their creative businesses that dare to set new expectations for their clients will survive and thrive in our new world order.*

*Everyone else will be left behind.”*

(Low, 2012)

Jessica Helfand (2006, p. 12) afirma que, para existirem criativos que consigam pensar por si próprios, é necessário que um atual estudante de design encontre o seu método de trabalho pessoal.

Enquanto futuros profissionais na área do design visual, procuramos na formação académica uma preparação teórica e prática para enfrentar o mercado de trabalho. Produzir um projeto de design não deverá basear-se apenas no aspeto visual. Há que saber justificá-lo.

À primeira vista, esta afirmação poderá parecer que contraria a máxima “uma boa imagem fala por si”, mas, na verdade, vai ao seu encontro. Um designer inicia um projeto porque há uma questão que precisa de ser resolvida. O seu objetivo, tendencialmente, não será ilustrar a questão, mas sim provar visualmente que encontrou uma resposta. Nas referida “boa imagem”, essa resposta é a mensagem clara e forte que faz com que fale por si. Em parte, graças à técnica que o designer tem para recriá-la visualmente, mas também no conhecimento que possui sobre o tema, conhecimento esse que induz à criatividade. De certa forma, a justificação ocorre durante o processo de design, motivada por uma considerável quantidade de pesquisa prévia. Já diz Armando Vilas-Boas (2010, p. 81): «Muitas imagens são ricas em efeito e pobres em sentido (...)».

Como em qualquer outro campo profissional, o trabalho criativo requer disciplina. A criatividade não é só a execução, mas também o conceito e, consequentemente, o designer é tão responsável pela forma quanto pelo conteúdo.

«(...) the richness of their sources testifies to an ability to engage a larger universe, and their work benefits from locating itself along a trajectory they've chosen and defined for themselves.»<sup>28</sup> (Helfand, 2006, p. 12).

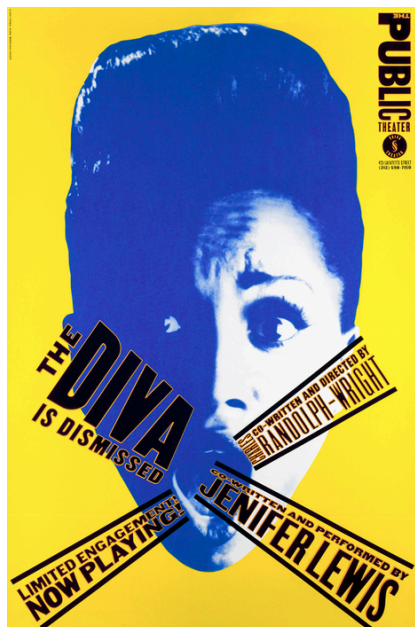


Fig. 11 – *The Diva is Dismissed*,  
Paula Scher (1994)  
Extraído de [www.fastcodesign.com](http://www.fastcodesign.com)

Quando questionada sobre o seu processo criativo, a designer norte-americana Paula Scher (2007) relata, «*I can describe it as a computer and a slot machine. I have a pile of stuff in my brain, a pile of stuff from all the books I've read and all the movies I've seen. Every piece of artwork I've ever looked at. Every conversation that's inspired me, every piece of street art I've seen along the way. Anything I've purchased, rejected, loved, hated. It's all in there. It's all on one side of the brain.*»<sup>29</sup> (citada por Millman, p. 45).

Pela sua vertente comunicacional, a área do design visual está em contato constante com outras áreas do conhecimento. Os trabalhos de design não são exclusivamente feitos para outros designers contemplarem, mas sim para os mais variados tipos de audiências. Nesse sentido, um estudante ou um profissional desta área deverá ser, até certo ponto, um agente cultural. Tal como Scher referenciou, ser criativo implica ter a noção constante do mundo que nos rodeia e para o qual trabalhamos. Como o designer gráfico John Maeda afirma, «*Every person's world is a museum*»<sup>30</sup> (citado por Millman, 2007, p. 121). Os inúmeros *briefings* que chegarão

<sup>28</sup> «(...) a riqueza das suas fontes comprova uma habilidade em participar num universo mais vasto, e o seu trabalho valoriza-se ao localizar-se na trajectória que eles escolheram e definiram para si» (tradução da autora).

<sup>29</sup> «Posso descrevê-lo como um computador e uma *slot machine*. Tenho um monte de coisas no meu cérebro, um monte de coisas dos livros que li e dos filmes que vi. Todas as obras de arte para que já olhei. Cada conversa que me inspirou, cada mural de *street art* que vi pelo caminho. Tudo aquilo que comprei, rejeitei, amei, odiei. Está tudo lá dentro. Está tudo num lado do cérebro» (tradução da autora).

<sup>30</sup> «O mundo de cada pessoa é um museu» (tradução da autora).

às mãos de um criativo serão, naturalmente, um mundo de possibilidades e ele terá de estar preparado para exaltar a cultura de negócio do cliente, sem perder a sua autonomia e a sua expressão pessoal pelo caminho.

Enquanto que fazer exclusivamente arte se traduz num processo muito mais independente (não querendo isso dizer que os artistas não tenham de desenvolver pesquisa ou recorrer a uma metodologia), o design enquanto área implica trabalho em equipa, ou seja, normalmente há expectativas de um cliente e de uma audiência envolvidos no processo. Tal não quer, de todo, dizer que um designer visual tenha de comprometer a sua visão ou estilo caracterizantes, mas sim utilizá-los com uma funcionalidade específica. Como refere a citação de Sean Low (2012), que iniciou este capítulo, o verdadeiro desafio do designer não é limitar-se a fazer exatamente aquilo que o cliente espera, mas sim fazer um trabalho que suplante essa expectativa.

#### **2.1.3.1. Metáfora visual**

Diariamente somos confrontados com o desafio de transpor conceitos intangíveis em palavras, de modo a formarmos uma mensagem coerente. Enquanto designers, um dos grandes desafios desta área segue a mesma premissa, mas desta vez na materialização de ideias em imagens. Para solucionar ambos casos, recorreremos a metáforas.

O intuito principal de uma metáfora é a atribuição de propriedades a um determinado objeto que, no seu sentido literal, este não possui. Do ponto de vista do design visual, esta passagem de significados poderá ocorrer de duas formas: na transformação de um conceito num objeto ou na justaposição de dois objetos materiais (Malamed, 2009, p. 220). No presente projeto-tese verificaram-se ambas as interações, já que começaram por ser atribuídas características de traços de personalidade a um elemento visual simbólico, e, em alguns casos, o signo que resultou dessa primeira interação foi justaposto com o retrato fotográfico de um participante.

Quando um conceito imaterial se traduz através de uma imagem, Connie Malamed (2009) comenta que o designer estabelece assim uma relação «vívida e imaginativa» (*ibid.*, p. 220) entre ambos, fazendo com que a sua mensagem tenha mais impacto. Já no que diz respeito à interação entre dois elementos visuais, a intenção será evidenciar a comparação entre ambas as imagens. Ou seja, ao ser apropriado o rosto, enquanto «espelho da alma» de uma pessoa, e ao uni-lo com um signo indicador da sua personalidade, procuram-se assim ilustrar as várias facetas da experiência humana. Como refere Malamed (*ibid.*), «*When a visual metaphor succeeds, it synthesizes two objects or concepts to reveal a new connection or a deeper meaning*»<sup>31</sup>.

Regressando ao tópico da diferenciação entre a arte e o design, se observarmos a metáfora visual segundo o argumento de John O’Nolan (2009) de que a arte existe para ser interpretada enquanto o design existe para ser compreendido, é conveniente que um designer recorra a metáforas cuja audiência a que se dirige consiga, até certo ponto, compreender ou, pelo menos, familiarizar-se com o conceito transmitido no produto final (Malamed, 2009, p. 220).

### **2.1.3.2. Cor**

A cor é considerada como um dos elementos mais eficazes na transmissão de mensagens visuais, sendo um aspeto comunicacional básico do design visual.

Theo Van Leeuwen, em *The Language of Colour* (2011), define-a como um «fenómeno social», pelo poder que a sociedade enquanto audiência tem para lhe atribuir significados, códigos e valores (*ibid.*, p. 3). Já o autor Richard Poulin (2011) complementa esta definição ao afirmar que é ela que transmite «energia e variedade» (*ibid.*, pp. 58-59) às composições visuais a que temos acesso diariamente.

De um ponto de vista histórico, foi o pensador Goethe o primeiro a desenvolver uma teoria que viria a relacionar a cor com a subjetividade (em que cada pessoa

---

<sup>31</sup> «Quando uma metáfora visual é bem sucedida, sintetiza dois objetos ou conceitos a fim de revelar uma nova ligação ou um significado mais profundo» (tradução da autora).

assumiria a sua preferência pessoal de cores) e com a afetividade, afirmando que estas iriam produzir respostas emocionais. Precisamente por estar ligada ao lado emocional das pessoas, foi igualmente possível associá-la a traços de personalidade (Van Leeuwen, 2011, pp. 22-23). Graças à sua teoria, no final do século XIX, a psicologia começou a apropriar-se do estudo das cores para melhor compreender o ser humano, perante a forma como cada indivíduo reagiria ao espectro existente. Max Luschler, em 1940, e Rorschach, entre as décadas de 40 e 50, usaram-nas nos seus testes e estudos (*ibid.*, p. 24). Van Leeuwen (*ibid.*) conclui: «*Psychological research on colour has, in fact, changed little in the past 100 years*»<sup>32</sup>, o que o levou a crer que as ramificações da teoria de Goethe que influenciaram a psicologia e os estudos que, consequentemente, daí advieram, tiveram um papel crucial na arte e no design, desde o século XX até à atualidade (*ibid.*, p. 26).

Pelo seu poder em evocar emoções, Malamed (2009, p. 210) defende que a cor está associada à metáfora (como “estar verde de inveja” ou “vermelho de raiva”) e, nesse sentido, há imensas possibilidades de ser explorada e aplicada numa composição visual. Esta ligação da cor à emoção e à personalidade provém da experiência pessoal de cada indivíduo, bem como do seu género e contexto cultural (*ibid.*). «*It assists to create the mood you desire*»<sup>33</sup> (Poulin, 2011, p. 59).

Relativamente à sua constituição, Poulin (*ibid.*, pp. 61-62) declara que é repartida em três componentes: *hue*, ou tom, que identifica cada cor do espectro; *value*, ou luminosidade, que determina a claridade de cada tom individual; e saturação, que mede a intensidade da cor, pela quantidade de cinzento que esta possui, sendo a maior intensidade inversamente proporcional à quantidade de cinzento.

Justamente porque as pessoas preferem imagens que lhes provoquem uma resposta emocional mais forte do que neutra, estes componentes são determinantes na transmissão da mensagem que o designer pretende comunicar (Malamed, 2009,

---

<sup>32</sup> «Estudos psicológicos sobre a cor não se modificaram significativamente nos últimos 100 anos» (tradução da autora).

<sup>33</sup> «Serve para criar o humor que desejar» (tradução da autora).

p. 210). Connie Malamed (*ibid.*) exemplifica algumas das convenções que existem, como as cores mais claras, que estão aliadas a uma reação mais positiva, e as mais escuras, que têm um caráter mais sombrio; bem como as cores frias, como o azul, induzem a sentimentos de calma e melancolia e as cores quentes representam energia.

No que diz respeito às cores utilizadas no trabalho prático, as mesmas encontram-se referenciadas na justificação de cada produção<sup>34</sup>, sendo analisadas de acordo com a sua simbologia e o traço de personalidade evidenciado em cada participante.

### **2.1.3.3. *Visual confections***

A execução da vertente prática do projeto baseou-se na realização de retratos fotográficos (cuja contextualização foi descrita no capítulo anterior) e na manipulação dos respetivos retratos, aos quais se adicionaram elementos visuais, produzidos segundo várias técnicas. O resultado visual dessa montagem pode ser explicitado à luz da teoria de Edward Tufte (1997), que no seu livro *Visual Explanations – Images and Quantities, Evidence and Narrative*, apresenta o conceito *visual confections*.

Como definição, Tufte (1997, p. 121) descreve uma *visual confection* como «(...) *an assembly of many visual events brought together and juxtaposed on the flatland of paper. They illustrate an argument, present and enforce visual comparisons, combine the real and the imagined, and tell us yet another story.*»<sup>35</sup>

Esta descrição está em plena concordância com os trabalhos visuais produzidos, uma vez que os mesmos foram compostos de forma a ser criada uma relação entre aparência e personalidade, e produzir-se um novo resultado visual – uma junção de facetas do ser humano. Estas produções estão destinadas a quebrar com os padrões da

---

<sup>34</sup> No capítulo *Produções e análise* – p. 90.

<sup>35</sup> «(...) um conjunto de vários elementos visuais unidos e justapostos na superfície do papel. Eles ilustram um argumento, apresentam e reforçam comparações visuais, combinam o real e o imaginário, e contam-nos uma outra história» (tradução da autora).

realidade visível e a apresentar um novo universo, «(...) *showing all at once what never has been together.*»<sup>36</sup> (1997, p. 127)

A narrativa sugerida pelas *visual confections* é como que um produto fantasiado (1997, p. 131), ao exibir o contraste direto entre o tangível e o intangível.

De acordo com esta afirmação, Arthur C. Danto (citado por Tufte, 1997, p. 132) concluiu que o intuito destas imagens seria criar uma visão que não tem lugar no mundo real, ou seja, que, se por acaso existissem no mundo real, seriam como que um “milagre”.

Realizar *visual confections* implica jogar com a informação visual e conceptual que pretendemos apresentar e interligar. Enquanto que os conceitos de aparência e personalidade são discutidos e estudados na área da psicologia, o desafio aqui apresentado foi transpor essas noções do foro psicológico para uma linguagem visual perceptível. Tufte explica que um tipo de montagem deste género envolve processos como «(...) *cut, paste, construct, and manage miniature theaters of information* (...)»<sup>37</sup> (*ibid.*, p. 138), uma tarefa que diz ser cognitiva e que pretende servir de metáfora visual.

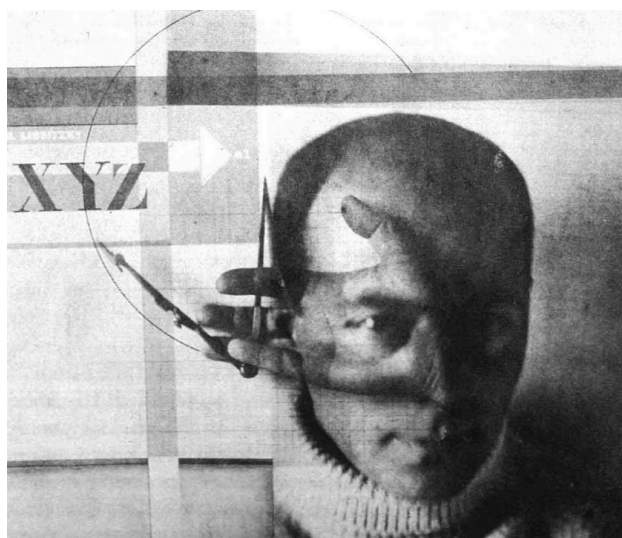


Fig. 12 – *The Constructor*, El Lissitzky (1924)  
Extraído de galleryhip.com

<sup>36</sup> «mostrando de uma só vez o que nunca antes esteve unido» (tradução da autora).

<sup>37</sup> «(...) cortar, colar, construir, e gerir pequenos teatros de informação (...)» (tradução da autora).





faziam duras críticas ao estado atual do seu tempo (National Gallery of Art, s.d.).

Apesar deste movimento ter eventualmente terminado, a montagem e manipulação fotográfica sobreviveram ao teste do tempo, influenciando continuamente artistas na produção das suas obras. Tal é o caso do já mencionado El Lissitzky, que fazia uso da montagem fotográfica, enquanto parte do movimento suprematista russo (The Art Story, s.d.).

Outro nome exemplar da fotomontagem é Alfred Gescheidt, um fotógrafo americano cujo trabalho se centrava à volta de criações mordazes e tendencialmente humorísticas para retratar os seus conceitos. O portal *online* da galeria de arte *Higher Pictures* (s.d.) descreve o seu trabalho da seguinte forma:



Fig. 14 – *Untitled (Music Man)*, Alfred Gescheidt (1957)  
Extraído de vk.com

*«Through montage, collage, double exposure, retouching, re-photographing (always his own images, and in various states of manipulation), distorting lenses – shifts in scale, startling juxtapositions, hybrid forms and elastic anatomies, antic humor, a mischievous sense of eros, and a keen awareness of the complicity and duplicity of photography itself, Gescheidt rendered a compelling metamorphic pictorial world.»*<sup>39</sup> (Higher Pictures, s.d.)

A era digital veio, obviamente, facilitar o processo com o desenvolvimento de *software* de edição de imagem e muitos dos designers, artistas e criativos não dispensam recorrer à manipulação fotográfica nos trabalhos que realizam.

<sup>39</sup> «Através de montagem, colagem, dupla exposição, retoque, refotografando (sempre as suas imagens e em vários estados de manipulação), distorcendo lentes – a escala, surpreendentes justaposições, formas híbridas e anatomias elásticas, humor bizarro, um malicioso sentido de amor, e uma consciência na complicidade e duplicidade da fotografia em si, Gescheidt criou um aliciante mundo metamórfico pictorial» (tradução da autora).

Joel Robison, mais conhecido por *The Boy Wonder*, é um dos artistas contemporâneos que recorre à fotomontagem para transmitir os seus conceitos. Por regra, essas ideias são executadas tendo uma base uma fotografia e o processo de edição é feito inteiramente em Photoshop (Butler,



Fig. 15 – *Monarch*, Joel Robison (2015)  
Extraído de joelrobison.com

2012). Robison admite ser autodidacta tanto na área da fotografia como do design: «*Teaching myself rather than others was actually a nice change of pace, it's much easier to know your own limits and learning styles and how to make the most of what you want to learn.*»<sup>40</sup> (Robison, citado por Explore Create Repeat, 2013).

A grande maioria do seu trabalho conta com retratos seus e, normalmente, com narrativas de fantasia, cuja mensagem é positiva e inspiradora.

Matt Wisniewski é outro exemplo de referência para o presente projeto-tese, uma vez que o seu trabalho também se centra frequentemente na manipulação da face. Utilizando a técnica de dupla exposição, Wisniewski dedica-se a realizar montagens que juntam elementos da natureza ao corpo humano, formando uma simbiose criativa e com

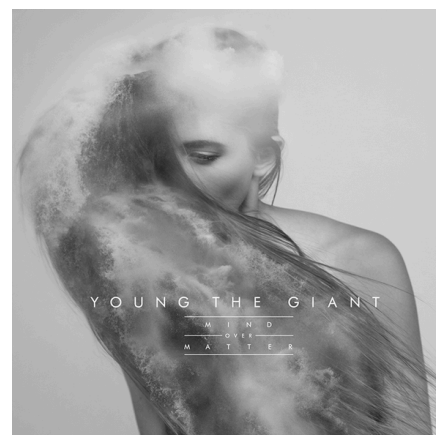


Fig. 16 – Capa do álbum *Mind Over Matter*, Matt Wisniewski (2014)  
Extraído de movdata.net

resultados interessantes. Relativamente ao seu processo: «*Typically I choose a portrait to work with first. Then I try various quick combinations of textures until something catches my eye. Occasionally I have an idea of what I'm looking at doing*

---

<sup>40</sup> «Ensinar-me a mim próprio em vez de outros foi uma boa mudança de ritmo. É mais fácil saber quais são os nossos limites, aprender novos estilos e como aproveitar ao máximo a realização os nossos objetivos» (tradução da autora).

*but usually I'm just trying to make something new.»*<sup>41</sup> (Wisniewski, citado por Voyatzis, 2012).

O criativo trabalha atualmente como *web developer* e desenvolve este tipo de trabalho apenas por motivação pessoal (*ibid.*). Uma das razões que o leva a dedicar-se a este hobby, no qual utiliza o corpo humano como sua tela, relaciona-se com a sua vontade em produzir imagens com impacto: «*I like the idea of taking something already impressive on its own and using it to create something new.»*<sup>42</sup> (*ibid.*).

Um dos seus trabalhos mais conhecidos é a capa do álbum *Mind Over Matter* da banda norte-americana *Young The Giant*.

### **2.1.3.5. Mixed media**

#### **2.1.3.5.1. Múltipla exposição**

Múltipla exposição é uma técnica que permite a realização de *visual confessions*, já que compreende a justaposição de duas ou mais imagens num único *frame* (Lomography, s.d.).

Esta técnica pode ser conseguida através da própria máquina fotográfica, quer analógica ou digital, ou, no caso deste projeto, trabalhada em *Adobe Photoshop* ou outro *software* de edição de imagem. O conceito por detrás da múltipla exposição pode ser explicado como: «*Melding images together the way our memories come to us. Not clear, sharp, individual pictures, but thoughts and emotions bleeding into each other tangentially*»<sup>43</sup> (Lomo-Camkage, 2011).

Num processo essencialmente experimental, é possível delimitar que áreas se interligam e quais se deixam expostas, a fim de criar resultados interessantes.

---

<sup>41</sup> «Normalmente, começo por escolher um retrato no qual quero trabalhar. Seguidamente, experimento vários tipos de combinações de texturas até alguma me chamar a atenção. Ocasionalmente, tenho uma ideia do que pretendo fazer, mas no geral só tenciono criar algo novo» (tradução da autora).

<sup>42</sup> «Gosto da ideia de usar algo que já é impressionante por si só e usá-lo para criar uma coisa nova» (tradução da autora).

<sup>43</sup> «Moldar imagens da mesma forma que as nossas memórias chegam até nós. Não através de imagens claras, nítidas e individuais, mas sim de pensamentos e emoções que se interligam tangencialmente» (tradução da autora).

### 2.1.3.5.2. Ilustração e foto-ilustração

A foto-ilustração baseia-se na realização de uma composição visual que se centra, como o nome indica, no uso de fotografia e ilustração.

Analisando a ilustração, uma vez que a fotografia foi previamente contextualizada, há que ter em conta o seu papel no design visual e gráfico. Segundo o portal *Design Is History* (s.d.), que conta com uma cronologia dos avanços mais relevantes na história da área, a ilustração (não confundindo com pintura enquanto forma artística) ganha destaque com a difusão crescente da publicidade (*ibid.*).

O ilustrador, enquanto profissional, tinha um papel essencial na produção de conteúdos publicitários até à altura em que a fotografia assumiu, quase por completo, o seu lugar (*ibid.*).

A fotografia garantiu o seu lugar no mundo comercial graças à sua capacidade de «comunicar com o seu público de uma forma mais direta» (Fabulous Noble, s.d.) e a sua proliferação aumentou significativamente com a era digital. Acontece que, após anos de produção de conteúdo fotográfico comercial, a ilustração voltou a ganhar relevância «por relacionar conceitos abstratos e ideias, por não manter uma ligação direta com a realidade» (*ibid.*).

More so, illustration lends itself for the creation of striking portraiture as it allows artists to go beyond the physical characteristics of the individual to capture the essence of their subjects and interpret their energy and beauty.<sup>44</sup> (Fabulous Noble, s.d.)



Fig. 17 – Poster *Chocolat Menier*, Firmin Etienne Bouisset (1893)  
Extraído de [www.faisceau.com](http://www.faisceau.com)

<sup>44</sup> «Adicionalmente, a ilustração serve para a criação de retratos surpreendentes, já que permite que os artistas explorem além das características físicas individuais, a fim de captar a essência dos seus sujeitos e interpretar a sua energia e beleza» (tradução da autora).

A foto-ilustração apresenta-se assim como uma junção das duas técnicas, jogando com a componente realista de uma e a irreverência de outra para criar um formato que se apresenta ainda mais «competitivo» (*ibid.*).

#### 2.1.3.5.3. Colagem



Fig. 18 – *La cage et la fragilité de le humaine*, Sandra Chevrier (2013)  
Extraído de [www.sandrachevrier.com](http://www.sandrachevrier.com)

A colagem, enquanto *mixed media* e no âmbito deste projeto, traduz o agrupar de material gráfico impresso (ou que sugira visualmente esse conceito) com a componente fotográfica do mesmo. O processo de montagem ocorre através de trabalho manual como de manipulação digital, através de *Adobe Photoshop*.

Relativamente à sua história enquanto técnica artística, a colagem foi popularizada com o Cubismo, por artistas como Pablo Picasso e George Braques, e incorporou igualmente muitos dos trabalhos resultantes do já referido movimento Dada (Wallach, 2012). Com o avançar da história, artistas *neo-avant-garde* e da colorida *Pop Art* também se apropriaram desta técnica (*ibid.*) e na contemporaneidade continua a servir de meio para transmitir as ideias de designers, artistas e outros criativos.

## 2.2. VERTENTE PSICOLÓGICA

### 2.2.1. Aparência

#### 2.2.1.1. Definição

A aparência humana, neste caso ligada exclusivamente ao rosto, é o que permite estabelecer diferenças visíveis entre seres humanos e conceder-nos uma parte significativa da nossa identidade. Estas diferenças faciais ocorrem pelas mais variadas razões. Desde questões de genética, idade, doenças, acidentes, cosmética ou qualquer tipo de modificação intencional, não há duas caras iguais.

A genética é, à partida, o fator que começa por determinar o nosso aspeto. É de conhecimento geral que a estrutura facial é resultado do ADN, herdado dos nossos respetivos progenitores. O rosto, frequentemente apelidado como o nosso “cartão de visita”, é assim um dos fatores que nos garantem a individualidade. Mesmo no caso de gémeos, por muito ténues que possam ser as diferenças, elas tendem, por regra, a existir. Uma questão que tem vindo a intrigar cientistas, segundo um artigo *online* da *National Geographic*, prende-se com o porquê da «forma e configuração da face humana ser muito mais variável que outras partes do corpo» (2014). Debruçando-se especificamente sobre este assunto, um estudo recente veio concluir que a multiplicidade de estruturas faciais existentes deve-se sobretudo a uma questão evolutiva. O investigador Michael Sheehan e a sua equipa deduziu, através da análise de «sequências genéticas de 836 pessoas de descendência europeia, africana e asiática» (*National Geographic*, 2014), que as restantes partes do corpo desenvolvem-se de forma previsível – «*If a person's hand is wide, it's usually long too*»<sup>45</sup> (*ibid.*) – enquanto que os traços faciais não possuem esta característica de previsibilidade.

---

<sup>45</sup> «Se a mão de uma pessoa é larga, normalmente também é longa» (tradução da autora).



Um trabalho criativo que ilustrou questões de genética em rostos, foi desenvolvido pelo canadiano Ulric Collette. Em *Genetic Portraits* (2011), o fotógrafo realizou inúmeras montagens fotográficas, nas quais juntou retratos de duas pessoas da mesma família, com o objetivo de expor algumas diferenças genéticas entre ambos.



Fig. 19 – *Christine & Laurence*, Ulric Collette (2011) Extraído de [www.ulriccollette.com](http://www.ulriccollette.com)

A idade é outro fator a ter em conta na análise facial. Apesar de muitos avanços na indústria cosmética, o tempo continua a ter a sua influência na nossa anatomia. Os seus efeitos, segundo Sydney R. Coleman (2006, p. S4), revêm-se na perda de volume facial, perda de elasticidade e mudança de textura da pele. Coleman explica que esta progressão natural também pode ser agravada conforme o estilo de vida de cada um, no que diz respeito a níveis de stress diário, alimentação ou abuso de substâncias (*ibid.*). A nível psicológico, o fator “idade” também muda a forma como as pessoas se vêem a si próprias, não só quando chegam a adultos ou à terceira idade.



Fig. 20 – *Christian*, Bobby Neel Adams (2007)  
Extraído de [www.bobbyneeladams.com](http://www.bobbyneeladams.com)

Numa palestra *TED Talks*, o cirurgião Iain Hutchison (2010) explica que as crianças tomam consciência da sua aparência quando estão em contato com outras crianças ou pelo que ouvem dos seus pais, e a adolescência é uma idade de afirmação, na qual a imagem pessoal é usada com forma de obter aprovação dos outros (*TED Talks*, 2010). Segundo esta premissa, destacou-se o projeto *Age Maps* (2007) de Bobby Neel Adams, que compara fotografias da infância dos seus sujeitos com retratos em idade adulta.



Ainda na palestra de Hutchison, o médico revela que as motivações para intervenções de cirurgia plástica nem sempre se devem a uma motivação estética. Para além das complicações a nível social, ter uma doença ou ser vítima de um acidente que altere a fisionomia do rosto pode pôr em risco a qualidade de vida de uma pessoa (*TED Talks*, 2010).



Fig. 21 – *Hakeem S. (Post-op II)*,  
Mark Gilbert (1999)  
Extraído de [www.markgilbert.co.uk](http://www.markgilbert.co.uk)

Foi em 1999 que Hutchison teve a ideia de contratar o artista Mark Gilbert para ilustrar a experiência de reconstrução facial dos seus pacientes, no sentido de ajudá-los no processo de recuperação, concedendo-lhes uma «experiência catártica» (MarkGilbert.co.uk, s.d.).



Fig. 22 – *Maori guerrero*,  
IrNZ (2010)  
Extraído de [www.lurvely.com](http://www.lurvely.com)

No que diz respeito a alterações faciais motivadas exclusivamente por vontade da própria pessoa, existe a possibilidade da já referida intervenção estética, como também de ornamentação, modificação corporal, entre muitos outros meios. As motivações para tal podem ocorrer por uma questão de gosto pessoal, bem como por motivos sociais ou culturais. Referente a esta última menção, assume-se como exemplo o povo indígena da Nova Zelândia, os Maori, que tatuam a sua cara por uma questão de beleza e *status*.

### 2.2.1.2. Expressões faciais

O rosto tanto é uma entidade funcional, já que é através dos seus constituintes que o ser humano põe em prática sentidos como a visão, a audição, o paladar e o olfato, como também se apresenta como um canal de comunicação.

Paul Ekman e Wallace V. Friesen (1975, p. 10) explicam: «*The face provides more than one kind of signal to convey more than one kind of message*»<sup>46</sup>. Referiam-se assim às expressões faciais, num estudo que se debruçava sobre a universalidade das mesmas, independentemente dos diferentes padrões culturais existentes. Muito antes deste estudo, Charles Darwin foi um dos primeiros a documentar que as expressões faciais enquanto reações emocionais aos mais variados tipos de situações são, de facto, comuns a todos os seres humanos, ou seja, são determinadas biologicamente, ao invés de serem ensinadas (*ibid.*, p. 23). Contudo, Ekman e Friesen (1975) procuraram recolher dados concretos sobre esta afirmação e, na sua pesquisa salientam o exemplo do povo japonês, que, de um modo geral, é educado a ter uma conduta mais moderada e a fazer uma gestão constante das suas expressões em público. Em contraste, os americanos provam disfarçar muito menos as suas emoções num meio social. «*The universal feature is the distinctive appearance of the face for each of the primary emotions. But people in various cultures differ in what they have been taught about managing or controlling their facial expressions of emotion*»<sup>47</sup> (*ibid.*) é, então, a conclusão a que os dois psicólogos chegam.

Já Brian Knutson (1996) procura encontrar uma correlação entre as expressões faciais humanas, ainda que temporárias, com traços de personalidade permanentes, no seu ensaio *Facial Expressions of Emotion Influence Interpersonal Trait Inferences*. O que estaria em causa seria se os sentimentos passageiros que afetam as pessoas diariamente poderiam dar alguma pista sobre a sua forma de estar na vida e se isso

---

<sup>46</sup> «A face providencia mais do que um tipo de sinal para transmitir mais do que um tipo de mensagem» (tradução da autora).

<sup>47</sup> «A característica universal é a aparência distinta da cara para cada uma das emoções primárias. Porém, as pessoas de várias culturas diferem na sua educação sobre gerir ou controlar as suas expressões faciais de emoção» (tradução da autora).

seria perceptível para quem as observa de fora. No geral, a questão que se levantou no seu estudo prendia-se com a capacidade dos outros conseguirem determinar o caráter de alguém com base na observação da sua cara (Knutson, 1996). Como resultado, observou três variantes: as pessoas mais dominantes e mais sociáveis apresentavam-se maioritariamente com expressões faciais de alegria; as mais dominantes e menos sociáveis recorriam frequentemente a expressões zangadas e entediadas; e, por último, os indivíduos com expressões tristes e envergonhadas eram, consequentemente, menos dominantes e menos sociáveis.

Para além destes estudos, muitos outros foram e continuam a ser realizados no sentido de encontrar pontes entre a aparência facial e a personalidade, embora não seja uma ciência exata. Ekman e Friesen (1975) dedicam um capítulo inteiro da sua obra *Unmasking The Face* a «*facial deceit*», que se traduz, basicamente, em formas de disfarçar emoções e impedir que outras pessoas saibam como alguém se sente.

### **2.2.1.3. Aparência enquanto *personalidade física***

A personalidade não se manifesta unicamente a um nível interno. Através de vários comportamentos físicos, como é o caso das expressões faciais, é possível ter uma ideia de como a pessoa se sente naquele momento ou mesmo como se comporta regularmente. Sheryl Brahnam introduz assim o conceito de “personalidade física”, que, ao invés de se basear na expressividade, determina-se a um nível muito mais imediato: «*Physical personality comprises those aspects of appearance, which, at zero acquaintance, give rise to an initial impression of personality (...)*»<sup>48</sup> (Brahnam, s.d., p. 1). Esta noção está associada principalmente às expectativas que as pessoas formam no momento em que olham para alguém pela primeira vez, analisando, para além da sua expressão facial, a estrutura do seu rosto. Apesar do ditado «não julgues um livro pela sua capa» se revelar bastante pertinente, este tipo de perceção e

---

<sup>48</sup> «A personalidade física compreende alguns aspetos da aparência que, antes de conhecer a pessoa, permitem-nos ter uma impressão inicial da sua personalidade (...)» (tradução da autora).

juízo da personalidade física de alguém é uma característica inerente a todos os seres humanos: «*We could not function well in this world if we were unable to differentiate men from women, friends from strangers, the angered from the happy, the healthy from the unfit, or children from adults.*»<sup>49</sup> (Zebrowitz, citado por Brahnham, p. 2).

Tendo em conta os elementos dinâmicos do rosto, que se referem à sua expressividade, e os elementos estáticos, ligados a ornamentação como maquilhagem, bijuteria, penteado, barba, entre outros, é assim composta a parte não-verbal da personalidade de uma pessoa (Naumann et. al., 2009, p. 1663), a referida “personalidade física” de Sheryl Brahnham.

Deste modo, o rosto permite-nos entrar numa «arena cultural» (Brahnham, p. 2), na qual julgamos e somos julgados constantemente, com base na aparência. Em causa estão igualmente os padrões de beleza impostos pela sociedade e Brahnham questiona-se sobre quais as características morfológicas que tornam uma cara atraente, sendo que as pessoas consideradas mais “belas” têm maior facilidade em serem vistas como amigáveis e sociáveis (*ibid.*, pp. 2-3). Ainda assim, a autora menciona que não há, até à data, nenhuma teoria que estabeleça qual a estrutura preferencial. A questão da beleza muda conforme o contexto cultural de cada um. Em adição, os rostos de familiares e amigos também são considerados, por norma, como mais belos ou atraentes do que outros (*ibid.*, p. 3). Mesmo não existindo uma teoria científica, muitos outros estudos já se debruçaram sobre o tema, usando «*proportion, symmetry and averaged faces*»<sup>50</sup> (*ibid.*) como fatores tidos em conta para formar julgamentos iniciais sobre alguém.

Sheryl Brahnham conclui que as complicações de teorizar a beleza ou atratividade de uma pessoa prendem-se com o facto de se acabar por generalizar a ligação de traços de personalidade a determinada estrutura facial – uma premissa que

---

<sup>49</sup> «Não funcionaríamos bem neste mundo se não conseguíssemos distinguir homens de mulheres, amigos de estranhos, os revoltados dos felizes, os saudáveis dos enfermos, ou as crianças dos adultos» (tradução da autora).

<sup>50</sup> «proporção, simetria e estruturas faciais comuns» (tradução da autora).

continua a perpetuar certos estereótipos. A problemática de julgar alguém com base na sua aparência e atribuir-lhe, logo à partida, determinadas características, tem tanto de inconveniente como de natural. «*It's easier to process what is expected than what is new or counter-stereotypical*»<sup>51</sup> (Reeves & Nass, citados por Brahnham, p. 5).

#### **2.2.1.4. Primeiras impressões**

Reconhecer que a personalidade se manifesta quer de forma psicológica quanto física e que o rosto, através de expressões faciais, pode indicar parte da forma de ser e de estar do ser humano são factos cientificamente provados. Contudo, resta perceber como é que as pessoas agem perante esses mesmos factos e de que modo é que a sua percepção dos outros é correspondente à verdade ou é baseada em meras convenções.

Uma primeira impressão é descrita como «o termo aplicado à noção inicial que temos de outra pessoa, quando a conhecemos pela primeira vez» (*Psychology Dictionary*, s.d. –a), podendo resultar em julgamentos positivos ou negativos unicamente com base na aparência da mesma. Na psicologia, um termo utilizado para descrever esta capacidade de tirar conclusões sobre a personalidade de alguém com base num primeiro contato é intitulado de *thin-slicing* (Thompson, 2012).

Um estudo dos psicólogos Janine Willis e Alexander Todorov, foi possível concluir que esta reação ao primeiro contato visual com outro indivíduo ocorre num décimo de segundo (2006, p. 597). Acontece que fazer um julgamento tão rápido com base no rosto de uma pessoa, ainda que seja comum, pode eventualmente levar a conclusões precipitadas e incorretas sobre o carácter da mesma: «*In most real world contexts, where various social cues are available, reliance on appearances may actually make us worse at predicting the characteristics of others.*»<sup>52</sup> (Olivola & Todorov, 2010, p. 323).

---

<sup>51</sup> «É mais fácil processar aquilo que é esperado do que aquilo que é novo ou não-estereotipado» (tradução da autora).

<sup>52</sup> «No contexto do mundo real, onde é possível fazer várias interpretações sociais, o facto de confiarmos significativamente na aparência pode piorar a nossa capacidade de prever as características dos outros» (tradução da autora).

Um dos exemplos dados por Hutchison, em relação à forma como a face humana nem sempre é um espelho da verdade, foi o de uma das suas pacientes, Sue, que optou por se submeter a cirurgia plástica para corrigir o maxilar e o lábio inferiores, que estavam mais projetados para a frente do que o normal. Sue queixava-se de que as pessoas estavam constantemente a fazer troça de si ou a questioná-la sobre o seu estado de espírito, visto que essa sua característica fazia-a adotar uma expressão aparentemente infeliz, enquanto que, na realidade, era uma pessoa extremamente entusiástica e alegre. O seu rosto não reflectia, de todo, a sua personalidade. Em consequência deste caso, o cirurgião resolveu testar um grupo de adolescentes, mostrando-lhes imagens de várias pessoas com problemas semelhantes aos de Sue, antes e depois da intervenção cirúrgica. Precisamente porque os pacientes estariam irreconhecíveis após a operação e o grupo testado não tinha conhecimento de que se tratavam das mesmas pessoas, Hutchison pediu-lhes que classificassem os rostos das fotografias com base em atratividade, honestidade, inteligência, afabilidade e violência, concluindo que «após a cirurgia, a perceção era de que eram mais inteligentes, mais amigáveis, mais honestos, menos violentos e, no entanto, não tínhamos operado o seu intelecto ou o seu carácter» (*TED Talks*, 2010). Tal provou que a beleza (segundo os padrões da sociedade ocidental) não pode ser sinónimo de bondade ou, muito menos, da felicidade ou infelicidade das pessoas.

Mas fazer julgamentos errados apenas com base na aparência não afeta apenas quem tem malformações ou é vítima de alguma desfiguração. Em *Judging America* (2015), o fotógrafo Joel Parés faz menção direta à discriminação com base em estereótipos, confrontando o público com dois retratos da mesma pessoa: uma, a sua versão real e outra, a sua versão estereotipada, com base na sua raça, etnia, orientação sexual, etc.



Fig. 23 – *Harvard graduate Jefferson Moon*, Joel Parés (2015)  
Extraído de [www.joelpares.com](http://www.joelpares.com)

Sturken e Cartwright dão o exemplo do mito de Roland Barthes (2001, p. 19). Recuperando os conceitos de conotação e denotação<sup>53</sup>, Barthes apresentou o termo *mito* como a conotação tornada em convenção, ou seja, as pessoas assumem que os seus julgamentos são denotativos, literais (*ibid.*). O mito é, no fundo, a raiz do estereótipo, tendo em conta que as pessoas associam aquilo que vêem a uma noção pré-concebida que pode não corresponder à realidade (2001, p. 20). O mesmo conceito faz paralelo com a “verdade fotográfica” anteriormente referenciada, em que se assumia, e ainda se assume, que uma imagem poderá corresponder a uma realidade absoluta, enquanto não é esse o caso. Tal como a fotografia opera com o mundo real, o rosto apenas pode fornecer pistas sobre a personalidade de qualquer indivíduo.

---

<sup>53</sup> Inicialmente descritos em 2.1.1.4. *Semiótica* – p. 32.

## **2.2.2. Personalidade**

### **2.2.2.1. Definição**

A personalidade compreende os pensamentos, sentimentos e comportamentos singulares de cada pessoa, sendo normalmente estudada segundo padrões que agrupam, de uma forma mais generalizada, estas características individuais (American Psychological Association, s.d.).

Pelo facto do termo ser tão vasto e de existirem inúmeras teorias que o exploram e suportam, o presente capítulo aprofunda alguns dos nomes mais relevantes no seu estudo e descreve a taxonomia utilizada que sustenta grande parte da vertente prática do projeto.

### **2.2.2.2. Contextualização histórica**

Apesar de todos possuírmos características comportamentais que nos tornam únicos, esta necessidade de registar que traços de personalidade são comuns e agrupáveis entre seres humanos é um dilema que provém já desde a Antiguidade. Numa visão geral através dos séculos, apontam-se em seguida alguns dos nomes e teorias mais relevantes nesta área, que melhor ajudam a clarificar os estudos em que se baseou a vertente prática deste projeto-tese.

Segundo Matthews, Deary e Whiteman (2009, p. 8), um dos primeiros modelos de personalidade, se assim o podemos denominar, foi a Teoria Humoral de Hipócrates (460-377 a.C.), que dividia o comportamento humano em quatro *humores* diferentes: sangue (bombeado pelo coração), fleuma (presente no sistema respiratório), bílis negra (do baço) e bílis amarela (encontrada no fígado). Certos comportamentos tinham origem em cada um destes fluídos e o comportamento/fluído dominante seria aquele que iria definir a pessoa em questão. Só muito mais tarde é que esta teoria volta a ser explorada e desenvolvida por Galeno de Pérgamo (130-200 d.C.). É o filósofo grego que atribui, em concreto, quatro temperamentos a cada um destes humores, respetivamente: sanguíneo – que inspira otimismo e confiança, fleumático –



ligado a uma calma imperturbável, melancólico – que indica nostalgia, e, finalmente, colérico – que alude a agressividade (*ibid.*).

Segundo Ellis *et al.*, Platão (427-347 a.C.) também dá o seu contributo ao estudo da personalidade, através do seu aclamado diálogo *A República*. O filósofo enfatiza a importância da alma humana e descreve-a como um conjunto de três forças que guiam o comportamento humano: a razão (*logos*) – descrita como a mais importante das três – a emoção (*thymos*) e o apetite (*epithymia*) (2009, p. 3).

A psique é um conceito introduzido pelo discípulo de Platão, Aristóteles (384-322 a.C.), e alude igualmente à questão do comportamento humano. Aristóteles divide-a numa estrutura hierárquica tripartida: a faculdade nutritiva, referente às necessidades básicas de todos os seres vivos (plantas, animais e pessoas); a percetual, responsável pela interpretação de todos os dados sensoriais, pertencente só a animais e a humanos; e a intelectual, claramente a mais valorizada das três, sendo exclusiva do ser humano (*ibid.*).

Anos depois, surge uma visão bastante mais sombria por parte do italiano Niccolò Machiavelli (1469-1527). O pensador italiano acreditava que o verdadeiro carácter das pessoas surgia exclusivamente num contexto social e era dotado de segundas intenções, ou seja, predominava o egoísmo, a ganância, a ingratidão e a vingança. A sua receita para uma vida que agourasse sucesso requeria duas forças primárias: sentido de liderança (*virtù*) e sorte (*fortuna*) (*ibid.*, pp. 4-5).

Para Descartes (1596-1650), era essencialmente valorizada a relação entre matéria e espírito. O filósofo francês acreditava que a alma (aqui referente à personalidade) era a união perfeita entre o físico e o divino. A seu ver, ambos funcionavam independentemente um do outro, mas estavam em constante interação, graças a uma glândula endócrina situada no cérebro que era, para si, o ponto de contato entre o corpo e a mente (*ibid.*, p. 4).

E, por último, é de destacar um dos nomes mais influentes na história da psicologia da personalidade: Sigmund Freud (1856-1939). Fundador da psicanálise,

abriu portas a muitos dos seus sucessores para o estudo da mente e do comportamento humano. Ellis *et al.* (2009) afirmam que o primeiro ensaio freudiano surgiu com *Project for a Scientific Psychology* (1895), como resultado da correspondência que o médico austríaco mantinha com Wilhem Fliess. Desde o estudo da consciência, aos impulsos, à psique humana, Freud dedicou a sua vida a criar estruturas e modelos topológicos que teorizassem o comportamento. Relativamente à referida psique, Freud divide-a em *id*, referente aos processos biológicos da personalidade, no qual se concentram os impulsos (maioritariamente sexuais) e a busca pelo prazer; *ego*, que faz a ponte com o mundo exterior e alberga a nossa razão e senso comum; e *superego*, que procura a perfeição moral (Lapsley & Stey, 2011). Os três interagem entre si, com o intuito de criar um equilíbrio de consciência.

Com base nestes avanços, foi possível fundamentar-se a psicologia da personalidade. Precisamente por ser uma área tão vasta, várias teorias acabaram por se formar, em que cada uma contava com premissas particularmente diferentes umas das outras. De acordo com o teste levado a cabo na vertente prática do projeto, a teoria a que o mesmo corresponde foi aquela que se baseou no estudo de traços de personalidade e cujos fundadores foram Raymond Cattell e Hans Eysenck (Ellis *et al.*, 2009, p. 15). A sua premissa refere que as características que diferenciam as pessoas podem reduzir-se a «um número limitado de traços de comportamento» (*ibid.*).

### **2.2.2.3. *Big Five***

#### **2.2.2.3.1. Contextualização histórica**

Para uma compreensão plena das cinco principais características de personalidade da taxonomia *Big Five*, nas quais parte deste projeto se inspira e baseia, há que ter em consideração os anos de estudos e consequentes desenvolvimentos na área da psicologia que eventualmente validaram esta categorização.

Dr. Lewis R. Goldberg declara que ao longo da História foram inúmeros os investigadores que se debruçaram sobre a temática da personalidade e que procuraram

alinhar denominadores comuns que permitissem identificar as pessoas segundo aspetos do seu comportamento (1993, pp. 26-27). Era evidente a necessidade de encontrar uma escala universal, evitando que cada investigação utilizasse conceitos, estruturas ou medidores diferentes. O consenso residia na criação de uma taxonomia que, ao invés de avaliar a personalidade pelas infindas características que nos tornam singulares, apresentasse um número reduzido de categorias sistemáticas (*ibid.*, p. 26). Isto é, as muitas características existentes iriam inserir-se em cada uma destas categorias (por exemplo: segundo os resultados de um atual teste de personalidade IPIP-NEO<sup>54</sup>, a categoria sistemática de Extroversão inclui e avalia níveis de assertividade, gregarismo e entusiasmo de cada pessoa). De acordo com esta evolução, uma das soluções mais aceites e utilizadas pela comunidade de psicologia na determinação e estudo da personalidade é então a taxonomia *Big Five*. O *Big Five* não se prende assim com uma perspectiva teórica específica, mas provém de uma questão linguística (*ibid.*).

Recuando até 1884, é na publicação da obra *Measurement of Character* de Sir Francis Galton, que surge uma das primeiras referências à Lexical Hypothesis (Goldberg, 1993, p. 26), uma teoria que sustenta que os traços de personalidade mais salientes e socialmente relevantes do ser humano podem ser codificados através da linguagem (Psychology Dictionary, s.d. –b).

This link to linguistics is not merely coincidence or good fortune. Instead, because language is functional, it is presumed that humans recognize differences in one another, and devise language to represent those differences that are most noteworthy.<sup>55</sup> (Mondak, 2010, p. 27)

Este estudo do cientista britânico foi considerado pioneiro, recorrendo-se pela primeira vez a um dicionário para procurar termos – maioritariamente adjetivos – que pudessem ser indicadores da personalidade humana (Goldberg, 1993, p. 26). Galton

---

<sup>54</sup> Pode ser acedido em <http://www.personal.psu.edu/~j5j/IPIP/ipipneo120.htm>.

<sup>55</sup> «Esta ligação à linguística não é uma mera coincidência ou sorte. Pelo contrário, porque a linguagem é funcional, presume-se que os humanos reconhecem diferenças uns nos outros, e utilizam-na para representarem essas mesmas diferenças que são mais evidentes» (tradução da autora).

concluiu que muitas das palavras encontradas partilhavam significados comuns e podiam descrever o mesmo tipo de traços. Nesta altura, a questão da personalidade era ainda território por explorar e requeria explicações científicas. Tanto este como estudos posteriores começaram a ser desenvolvidos no sentido de estabelecer a tão pretendida taxonomia (*ibid.*).

Os psicólogos americanos Gordon Allport e Henry S. Odbert, no ano de 1936, seguiram uma vertente consideravelmente mais empírica do estudo começado por Galton e extraíram cerca de 18.000 palavras descritivas, das quais 4.500 seriam termos referentes a características não-físicas de traços de personalidade, da segunda edição integral do Webster's New International Dictionary (*ibid.*). Com esta lista colossal, procederam a dividir os vocábulos em categorias (entre traços, atitudes, emoções, comportamentos, etc.) e foi justamente nesta fase que Allport e Odbert encontraram sérias dificuldades. A sua categorização revelou-se pouco clara, já que o princípio utilizado para dividir as palavras entre colunas não era concreto e os temas das referidas colunas interligavam-se muitas vezes entre si (John *et al.*, 2008, p. 118). Para além disso, esta pesquisa, tão extensa e exaustiva, necessitava de uma nova análise e sintetização.

É então Raymond Cattell o primeiro psicólogo que começa a organizar seriamente a lista deixada por Allport e Odbert, no ano de 1943 (Cloninger, 1999). Durante vários anos, Cattell estudou e criticou os avanços feitos sobre esta matéria e chegou mesmo a adicionar os seus próprios termos de natureza clínica e biofísica (por serem aqueles que acreditava melhor descreverem traços de personalidade) à lista. Ainda assim, não tanto pelas suas adições, mas sim pelo que conseguiu suprimir de entre os milhares de termos de Allport e Odbert, o psicólogo consegue, em 1947, estruturar apenas 35 variáveis de expressões e adjetivos, eliminando sinónimos de palavras que provaram ser redundantes. Começa assim a elaborar o seu próprio teste de personalidade, simplificando ainda mais a sua pesquisa e culminando num modelo

de dezasseis fatores, o conhecido *16PF Personality Questionnaire*, ainda hoje posto em prática (*ibid.*).

Este modelo de dezasseis fatores foi analisado ao longo dos anos, em particular em 1961, por Ernest Tupes e Raymond Christal. Ambos aludiram à relevância de apenas cinco fatores de personalidade recorrentes de entre os dezasseis de Cattell, no seguimento de um estudo inicial do psicólogo americano Donald Fiske. As suas conclusões não receberam o mérito devido na época (Lucius, s.d.), mas, como se veio a concluir atualmente, em muito previam o futuro da tão ansiada taxonomia *Big Five* (Goldberg, 1993, p. 27).

Para além de Tupes e Christal, Warren Norman é mais um dos investigadores que se debruça sobre as conclusões de Raymond Cattell, na década de 60. Insatisfeito com o trabalho de Cattell na redução de termos da lista original de Allport e Odbert, decide voltar a explorá-la, de forma a criar uma nova taxonomia ainda mais precisa. Norman regressa ao dicionário para incluir todos os vocábulos novos que surgiram nos trinta anos após a pesquisa de Gordon Allport e Henry Odbert e depara-se com cerca de 40.000 palavras para análise. Depois de recorrer ao moroso processo de eliminar todos os termos redundantes, obscuros ou obsoletos, finaliza o estudo com 2,797 expressões descritivas do comportamento humano (Cloninger, 1999, pp. 159-160).

A taxonomia *Big Five* deve, finalmente, a sua consolidação e o seu nome a Lewis Goldberg, que, entre 1980 e 1981, retomou com sucesso as investigações mais concretas de Tupes, Christal e Norman (John *et al.*, 2008, p. 119). Goldberg confirmou a existência de cinco fatores (como defendiam Tupes e Christal) com o auxílio da lista de 2,797 expressões de Norman. Estabelecendo assim que os fatores seriam *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism* e *Openness to Experience* (em tradução livre, Extroversão, Afabilidade, Conscienciosidade, Neuroticismo e Abertura à Experiência), construiu o seu próprio inventário de adjetivos de traços de personalidade e incluiu participantes nos seus estudos,

pedindo-lhes para classificarem a sua forma de estar. Testando um número de métodos diferentes, o psicólogo americano procurou assim assegurar a independência e objetividade do seu estudo (*ibid.*). O modelo de cinco fatores tem subsistido até aos dias de hoje, pelas razões que Oliver P. John e Sanjay Srivastava apontam:

[...] the Big Five structure is a major step ahead, a long-due extension and improvement over earlier factor systems that tended to compete with each other, rather than establish commonalities and convergences. The Big Five structure captures, at a broad level of abstraction, the commonalities among most of the existing systems of personality description, and provides an integrative descriptive model for personality research.<sup>56</sup>  
(1999, p. 45)

#### **2.2.2.3.2. As cinco categorias**

Como anteriormente descrito, a taxonomia *Big Five* refere-se então a cinco categorias alargadas de traços de personalidade: Extroversão, Afabilidade, Conscienciosidade, Neuroticismo e Abertura à Experiência. Procede-se assim à sua descrição, à luz das conclusões de Dr. John A. Johnson, professor de psicologia da Penn State University (Johnson, s.d.):

A Extroversão está ligada à envolvimento social de cada um e à relação que mantêm com o mundo exterior. Diferenciam-se os extrovertidos dos introvertidos, de acordo com as características que demonstram em situações sociais. Os extrovertidos têm tendência a ser mais entusiásticos, enérgicos e predispostos a iniciar conversa em grupo. Já os introvertidos são caracterizados pela sua reserva, preferindo ser menos estimulados pelos outros e valorizando o tempo que passam sozinhos.

No que diz respeito à Afabilidade, esta está diretamente relacionada com harmonia social e confiança nas pessoas em geral. Separa aqueles que se mostram

---

<sup>56</sup> «[...] a estrutura Big Five é um grande avanço, uma extensão há muito esperada e um progresso em relação a sistemas de fatores que tendiam a competir entre si, ao invés de estabelecer semelhanças e diferenças. A estrutura Big Five capta, a um nível abrangente de abstração, as parecenças entre a maioria dos sistemas de descrição de personalidade, e providencia um modelo descritivo integrante para os estudos da personalidade» (tradução da autora).

prestáveis, amigáveis e altruístas dos que colocam os seus interesses em primeiro lugar e se mostram cépticos no que diz respeito a depositar confiança nos outros.

A Conscienciosidade dita as diferenças entre a impulsividade e a prudência. Em situações que exijam uma tomada de decisão, indivíduos impulsivos assumem, por regra, o seu primeiro instinto como resposta imediata. Revelam-se assim mais espontâneos e procuram satisfação instantânea. Por outro lado, a impulsividade também pode indicar inconsistência e incapacidade de pensar a longo-prazo. Quem se mostra mais prudente, tem maior capacidade para ponderar várias soluções na resolução de problemas e elaborar planos meticulosos para cumprir objetivos futuros.

O Neuroticismo refere-se à estabilidade emocional de cada um, conforme as exigências do dia-a-dia. Mede a predisposição para experienciar sentimentos negativos, como *stress*, ansiedade, raiva, depressão ou vulnerabilidade. Identifica quem interpreta de forma mais intensa situações aparentemente banais e, consequentemente, se deixa frustrar com facilidade, e distingue-as de quem assume uma postura mais calma e despreocupada com a vida.

Finalmente, a Abertura à Experiência indica disparidades entre a curiosidade e a convenção, ou seja, distingue os criativos dos conservadores. Os que manifestam um carácter liberal, tendencialmente revelam-se inconformistas e valorizam mais o plano do abstrato e dos ideais do que propriamente cenários concretos e objetivos. Já os conservadores apegam-se à familiaridade, à rotina e à tradição, rejeitando o que aparenta ser complexo e ambíguo.

#### **2.2.2.3.3. Fiabilidade do *Big Five***

Precisamente porque a personalidade humana é uma questão tão vasta e complexa, e após tantos anos de avanços e recuos no seu estudo, é compreensível que a taxonomia *Big Five* não seja ainda exatamente infalível. As críticas mais comuns centram-se no facto da mesma não «assentar numa teoria científica concreta» (Eysenck, 1992, p. 672), mas sim numa análise de fatores baseada na nossa utilização do léxico. É portanto uma taxonomia que favorece mais o empirismo do que

propriamente a teoria, como sugerem os que a reprovam. Já afirmava Kurt Lewin (1951), «*There is nothing so practical as a good theory*»<sup>57</sup>.

Ainda assim, num breve olhar a possíveis alternativas à taxonomia *Big Five*, temos o exemplo do questionário *Myers-Briggs Type Indicator* (MBTI), também uma constante nos estudos de psicologia da personalidade e o mais utilizado em entrevistas de emprego nos Estados Unidos da América, com dois milhões de pessoas a serem avaliadas por ele todos os anos (Krznaric, 2013). Desenvolvido por Katharine Cook Briggs e Isabel Briggs Myers, a partir das teorias de Carl Gustav Jung de 1921, o MBTI baseia-se na análise de quatro dicotomias: *Intuition/Sensing*, *Feeling/Thinking*, *Perception/Judging* e *Introversion/Extraversion*<sup>58</sup>.

Na obra *Comprehensive Handbook of Personality and Psychopathology* (Thomas *et al.*, 2006, p. 52) é possível analisar a correlação efetuada por Costa e McCrae entre o MBTI e o *Big Five*, como demonstra a tabela:

Jungian Type (from MBTI)	Big 5
Intuitive	Open
Sensing	Closed (not Open)
Feeling	Agreeable
Thinking	Not prioritizing Agreeableness
Judging	High Conscientiousness
Perceiving	Low Conscientiousness
Extraversion	Extraversion
Introversion	Introversion

Fig. 24 – Comparações entre *Jungian Type* e *Big Five*, Costa e McCrae (1989)

Verifica-se assim que, apesar de diferentes métodos, alguns princípios mantêm-se os mesmos e os testes não têm, afinal, bases completamente opostas ou distintas.

Nesse sentido, tal como a taxonomia *Big Five* é alvo de críticas, o *Myers-Briggs Type Indicator* não é exceção. É o artigo *online* da revista *Fortune* (Krznaric, 2013) que denuncia os 30 anos de críticas de profissionais da psicologia ao teste que, alegadamente, não produz resultados de confiança. Em primeiro lugar, existem 50%

<sup>57</sup> «Não há nada tão prático quanto uma boa teoria» (tradução da autora).

<sup>58</sup> «Intuição/Sensorial, Sentimento/Razão, Percepção/Julgamento e Introversão/Extroversão» (tradução da autora).



de probabilidades de, ao refazer o MBTI num espaço de cinco anos, ser inserido numa categoria de personalidade completamente diferente, porque, em segundo lugar, o teste não cria interdependências entre categorias. Ou seja, como exemplificado no artigo, uma pessoa só pode exclusivamente ser introvertida ou extrovertida, não existindo lugar para meios termos.

Em conclusão, ao optar por desenvolver o projeto-tese à luz da taxonomia *Big Five* não é, de todo, garantida uma abordagem infalível na interpretação visual da personalidade de cada um dos participantes, já que esta questão representa em si todo um universo de possíveis respostas e perspectivas. De um ponto de vista pessoal, caberá ao designer fundamentar essa vastidão psicológica, tornando-a igualmente criativa. E foi essa a missão levada a cabo na realização do presente projeto-tese.



3.

PROJETO



### 3.1. Processo prático

A fim de justificar os resultados finais, é conveniente explicitar como procedi durante a sua realização. Para tal, convém ressaltar que existem duas fases criativas: uma primeira fase fotográfica e uma segunda fase de manipulação de imagem. A fase inicial alcançou-se através de entrevistas presenciais com os participantes e a posterior através da interpretação gráfica dos resultados dos seus testes de personalidade.

No que diz respeito aos intervenientes do projeto, foi estabelecido um contacto inicial, foram explicadas as etapas do trabalho, esclarecida a importância da sua participação e, finalmente, concedida autorização verbal de todos para serem parte integrante do resultado final.

Depois de marcadas as entrevistas com cada pessoa, foi-me possível fazer um registo fotográfico das mesmas, cujo resultado se encontra presente no capítulo *Produções e análise*<sup>1</sup>. Tendo por base os procedimentos de Martin Schoeller, Peter Zelewski e Danny Santos<sup>2</sup>, captaram-se vários *close-ups* frontais para que, posteriormente, se procedesse à seleção da fotografia mais adequada para o trabalho. Foi dada liberdade aos participantes para decidirem como agir perante a câmara, com o intuito de tornar o retrato final mais genuíno, sendo que a única condição imposta foi para assumirem uma posição frontal à mesma. Nas entrevistas, solicitou-se também que respondessem a um teste de personalidade com duas partes: uma primeira com 8 questões de resposta aberta e uma segunda de 120 questões de escolha-múltipla (Anexo A).

O questionário de 120 perguntas denomina-se IPIP-NEO e foi desenvolvido pelo psicólogo de personalidade Dr. John A. Johnson. Possui duas versões: a original, com 300 questões, e a curta, com 120. Optei pela última versão por uma questão prática, para que a realização do teste não ocupasse muito tempo aos participantes.

---

<sup>1</sup> Na página 90.

<sup>2</sup> Explicitados em 2.1.2.2. *O retrato contemporâneo*, p. 44.

Relativamente à sigla IPIP-NEO, esta baseia-se nos dois inventários de onde foram retiradas as 120 questões constituintes. Os inventários tratam-se de *International Personality Item Pool* (IPIP) e *Revised NEO Personality Inventory* (NEO-PI-R). O IPIP é um inventário de domínio público<sup>3</sup>, criado por Dr. Lewis R. Goldberg, e contém 2.413 items que descrevem diferenças individuais. Já o NEO-PI-R, foi desenvolvido pelos psicólogos americanos Paul T. Costa, Jr. e Robert R. McCrae em 1990. O nome é um acrónimo dos fatores *Neuroticism*, *Extraversion* e *Openness to Experience* por terem sido os primeiros medidores incluídos na versão original do inventário, em 1970. Só na versão revista (daí ser intitulado *Revised NEO Personality Inventory*) é que os fatores *Agreeableness* e *Conscientiousness* passam a ser reconhecidos por Costa e McCrae. O NEO-IP-R conta atualmente com 240 questões e «é considerado por muitos psicólogos como o melhor inventário para medir traços de personalidade» (Srivastava, s.d.). Ao contrário do IPIP, a versão completa deste inventário só pode ser acedida e posta em prática, na sua íntegra, por profissionais, encontrando-se protegida por direitos de *copyright* pelo *Psychological Assessment Resources* (PAR) na Flórida.

Visto que o questionário foi colocado *online*<sup>4</sup> por Dr. Johnson e está atualmente acessível ao público, concebi uma versão impressa e traduzida para português (à exceção do caso dos participantes Richard e Tash Brown, que realizaram a versão inglesa *online*, a partir de um documento *Google Docs*, criado propositadamente para o mesmo efeito). Após as entrevistas presenciais, coloquei as 120 respostas de cada participante no formulário do *website* oficial do teste, de forma a aceder aos resultados. Estes baseiam-se numa escala de 0 a 99 pontos, que classificam os cinco medidores *Big Five*. Correspondentes a cada medidor, encontram-se seis características que Dr. Johnson intitula de facetas, as quais também são cotadas de 0 a 99 pontos. O medidor *Extraversion* conta com as facetas *Friendliness*,

---

<sup>3</sup> Pode ser acedido em <http://iPIP.ori.org/>.

<sup>4</sup> Pode ser acedido em <http://www.personal.psu.edu/~j5j/IPIP/iPIPneo120.htm>.

*Gregariousness, Assertiveness, Activity Level, Excitement-Seeking e Cheerfulness*. O medidor *Agreeableness* inclui *Trust, Morality, Altruism, Cooperation, Modesty e Sympathy*. O medidor *Conscientiousness* conta com *Self-Efficacy, Orderliness, Dutifulness, Achievement-Striving, Self-Discipline e Cautiousness*. Já em *Neuroticism* observam-se *Anxiety, Anger, Depression, Self-Consciousness, Immoderation e Vulnerability*. Finalmente, *Openness to Experience* alberga as facetas *Imagination, Artistic Interests, Emotionality, Adventurousness, Intellect e Liberalism*<sup>5</sup>. Ainda na página dos resultados, cujo modelo original em inglês se encontra no Anexo B, por baixo de cada medidor e respetivas facetas, é possível encontrar-se uma descrição mais detalhada daquilo que significa ter uma pontuação alta ou baixa em cada uma das etapas assinaladas. O meu procedimento para interpretar os resultados cingiu-se a apontar as características com valores mais altos e, ocasionalmente, os mais baixos também.

As oito questões de resposta aberta foram elaboradas por minha autoria, tendo por base a vídeo-exposição *7 Mil Milhões de Outros*, vigente no Museu da Electricidade de 8 de Novembro de 2014 a 8 de Fevereiro de 2015. Visto que a exposição se centrava essencialmente em apresentar a visão particular de pessoas de todo o mundo sobre assuntos de interesse geral (como a morte, o amor, a felicidade, etc.), pareceu-me relevante explorar uma vertente que requeresse aos participantes aprofundar alguns aspetos determinantes da sua personalidade. Tal foi alcançado através de respostas escritas que permitissem maior desenvolvimento, ao invés de optar apenas pela interpretação de respostas de escolha múltipla. Estas 8 questões

---

<sup>5</sup> Medidor extroversão – amizade, sociabilidade, assertividade, nível de actividade, procura por entusiasmo e alegria.

Medidor afabilidade – confiança, moral, altruísmo, cooperação, modéstia e simpatia.

Medidor conscienciosidade – auto-eficácia, sentido de organização, sentido de obrigação, cumprimento de objetivos, auto-disciplina e cautela.

Medidor neuroticismo – ansiedade, raiva, depressão, auto-consciência, imoderação e vulnerabilidade.

Medidor abertura à experiência – imaginação, interesses artísticos, emotividade, sentido de aventura, intelecto e liberalismo. (tradução da autora).

foram inspiradas na lista de 45 perguntas de repórteres da fundação GoodPlanet (lista essa que foi utilizada para entrevistar as pessoas participantes na vídeo-exposição).

Aqui a interpretação dos resultados foi, claramente, um pouco mais abstrata do que a do questionário de escolha-múltipla, na qual tomei a decisão de seleccionar quais as respostas que, de acordo com as características mais pontuadas nos resultados do IPIP-NEO, seriam mais interessantes de explorar visualmente.

Com base nos resultados dos testes, foi-me possível eleger traços de personalidade evidentes de cada um dos participantes e procurei desenvolver pesquisa, maioritariamente, através de dois dicionários de símbolos – *Dictionary of Symbols* (1996) de Jean Chevalier e Alain Gheerbrant e *The Book of Symbols* (2010) de Ami Ronnberg e Kathleen Martin – para escolher um ou vários elementos visuais que traduzissem os traços seleccionados, certificando-me de que as definições de ambos estivessem de alguma forma relacionadas.

Na fase de edição das fotografias, o objetivo principal foi obter um registo o mais próximo possível da realidade e que, em simultâneo, melhorasse a qualidade do retrato em si. Como constatado no capítulo de Fotografia, já que uma foto que não passa por qualquer processo de edição não é, ainda assim, uma reprodução perfeita e irrepreensível da realidade, não deixa de ser ético, segundo Douglas W. Cromei (2010, p. 647), recortar uma imagem ou fazer ajustes de contraste, luz e saturação à mesma. Cromei (*ibid.*, p. 649), citando *Journal of Cell Biology*, alerta para o facto de que, desde que esses ajustes «não ocultem, eliminem ou distorçam»<sup>6</sup> elementos da fotografia original, a sua mensagem não será comprometida. Nesse sentido, a ferramenta de *software* utilizada para a edição dos retratos foi o programa *Adobe Photoshop*.

---

<sup>6</sup> Cromei afirma: «O que constitui um ajuste “razoável” das propriedades de uma imagem, como luminosidade, contraste, etc.? As instruções dos autores do *Journal of Cell Biology* descrevem acertadamente esses ajustes como aqueles que “não ocultem, eliminem ou distorçam qualquer informação presente na imagem original”» (2010, p. 649).



No que diz respeito às manipulações fotográficas, após editada a fotografia final e escolhido o símbolo a ilustrar, foi-me possível decidir que técnicas poderiam ser aplicadas e as ferramentas de *software* a utilizar (mais uma vez, maioritariamente o programa de edição de imagem *Adobe Photoshop*). No geral, as manipulações centraram-se em torno da silhueta dos participantes, com especial foco para a face de cada um. Por norma, uma parte considerável ou a totalidade da fotografia original foi então substituída por outros elementos visuais, a fim de transmitir a mensagem pretendida. Em algumas das imagens, optei por trabalhar manualmente com diversos tipos de materiais, de forma a que a experimentação não ocorresse não só a nível digital, mas também ao criar peças reais e concretas.

Com o intuito de serem perceptíveis algumas das inspirações visuais para as produções de *FACE IT*, o artigo “*Why moodboards matter*” (Wagner, 2008) evidencia: «*Words fail miserably when trying to translate design concepts*»<sup>7</sup>.

De forma a compilar alguns dos trabalhos que serviram de referências visuais para o projeto e o ajudaram a ganhar forma e expressão própria, tornou-se relevante a elaboração de um *moodboard*. Encontra-se apresentado na página seguinte.

---

<sup>7</sup> «As palavras falham quando tentamos traduzir conceitos de design» (tradução da autora).



Fig. 25 – Moodboard

### 3.2 Produções e análise



Fig. 26 – Ana Cláudia

## Ana Cláudia

A imagem realizada para a participante Ana Cláudia traduz-se num ramo de silvas que se moldam ao formato da sua cara.

A razão da escolha de uma planta como símbolo para traduzir traços de personalidade da participante prende-se com o facto de Ana Cláudia pretender criar raízes e evoluir em todos os campos da sua vida que lhe dão prazer, como indicam, num modo geral, as respostas do seu teste (Anexo C).

Desde o plano profissional, onde é ressaltado o facto da participante recusar encarar a sua ocupação como uma mera obrigação, até ao pessoal, em que a vontade de criar uma família é uma das suas fontes motivacionais, resulta a metáfora de uma planta que, apesar de firme no seu chão, nada a impede de crescer, evoluir e dar frutos. Apesar das silvas retratadas não mostrarem as suas raízes, a sua simbologia enquanto plantas mantém presente esta noção. Relativamente aos frutos, é possível observar várias amoras nos seus ramos, indo ao encontro da premissa referida.

A citação de Siza Vieira que escolheu como resposta à questão nº 8 - «*A good architect works slowly*»<sup>1</sup> - também foi levada em conta na metáfora visual criada com o uso das silvas, pois tal como um arquiteto que desenha e determina os alicerces da sua construção, assim é a natureza, que, vagarosamente, faz brotar as plantas da terra e constrói as suas estruturas e ramificações.

Um dos símbolos analisados foram os ramos, que referem «*inner victory [...] gained through love [...] It is decisive and final victory*»<sup>2</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 117), algo que interpretei como sinónimo daquilo que Ana Cláudia

---

<sup>1</sup> «Um bom arquiteto trabalha devagar» (tradução da autora).

<sup>2</sup> «vitória interior [...] conseguida através do amor [...] é a vitória decisiva e final» (tradução da autora).

considera ser o que a torna única: «A minha vontade de me melhorar a mim mesma a todos os níveis» (Anexo C).

Também sinónimo desta visão é a simbologia da planta, que Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 761) descrevem: «*plants signify growth*»<sup>3</sup> e «*plants bear their own seed*»<sup>4</sup>, relacionando-se diretamente com as pontuações altas da participante no fator *conscientiousness* (conscienciosidade), com 95 pontos, e nas suas respetivas facetas, algo que indica que a participante está bastante ciente das suas capacidades, limites e potencial (Anexo B).

Ana Cláudia refere igualmente que a sua singularidade passa pela «simplicidade com que vive a vida» (*ibid.*), uma faceta que está presente na própria natureza

O preto e o branco foram aqui aplicados pelo facto de serem duas cores opostas, jogando com a dicotomia entre as raízes invisíveis debaixo da terra e o crescimento da planta que depende de luz para se desenvolver. Esta pretende ser igualmente uma separação entre as ambições pessoais, familiares e sociais de Ana Cláudia, com o seu desenvolvimento profissional enquanto futura arquiteta.

O processo criativo da presente imagem dividiu-se em duas fases: uma primeira na qual as silvas foram apanhadas e fotografadas e, finalmente, a sua montagem realizada no programa de edição de imagem *Adobe Photoshop*. Os filtros, texturas e restantes efeitos foram igualmente trabalhados neste *software*.

Como será explicado mais pormenorizadamente no capítulo 3.3<sup>5</sup>, o livro que compila as imagens do projeto conta com breves citações que aludem à imagem

---

<sup>3</sup> «as plantas simbolizam crescimento» (tradução da autora).

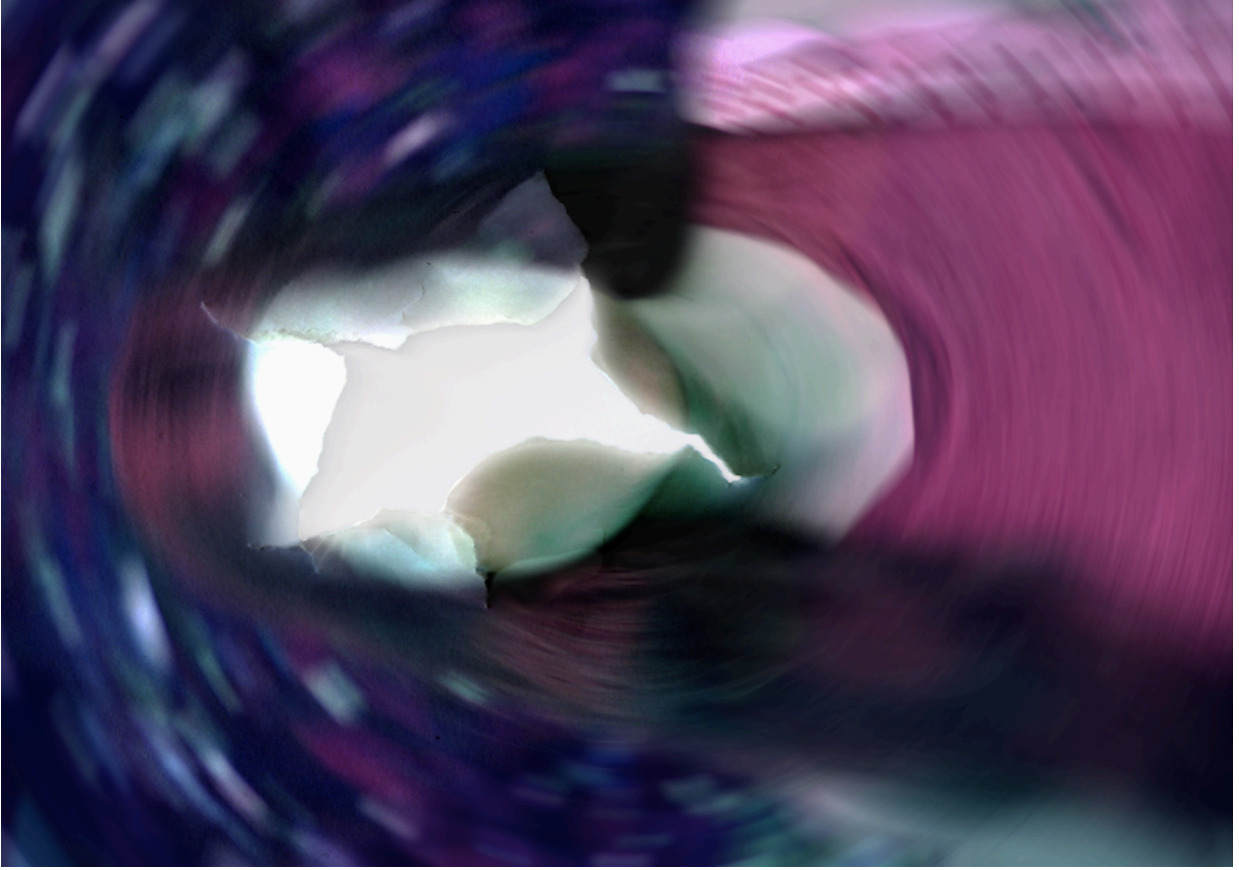
<sup>4</sup> «as plantas carregam a sua própria semente» (tradução da autora).

<sup>5</sup> Na página 153, o capítulo *Livro e posters lenticulares* FACE IT.

realizada de cada participante. No caso da Ana Cláudia, foi escolhida a frase por si destacada na resposta à questão nº 8 do seu teste:

«*A good architect works slowly*» Siza Vieira.





Fig, 27 - Catarina

## Catarina

Na imagem realizada para a participante Catarina, é possível observar traços da fotografia original, que sofreu algumas modificações de cor e apresenta uma espécie de distorção em espiral. No centro, a sua cara é substituída por um rasgão que revela um fundo branco por detrás.

Começando pela análise da espiral, Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 906) definem-na como um símbolo de abertura e otimismo. Citando Chas (*ibid.*, p. 907), os autores escrevem: «*It displays the appearance of motion rotating outwards from a fixed point of origination, continuously expanding and lengthening into infinity*»<sup>6</sup>. Em retrospectiva, a questão da abertura está diretamente relacionada com os 99 pontos do fator *liberalism* (liberalismo) de Catarina; o otimismo tem ligação com as pontuações altas dos vários fatores de *agreeableness* (afabilidade), sendo que a explicação dada pela página de resultados dos testes (Anexo B) é precisamente: «*Agreeable people also have an optimistic view of human nature*»<sup>7</sup>; e, finalmente, a relação entre este movimento de expansão até ao infinito e a participante relaciona-se com o seu potencial imaginativo e intelectual (74 pontos em *imagination* [imaginação] e 76 em *intellect* [intelecto]), que confirmam constante crescimento, aprendizagem e mutação.

Relativamente ao rasgão, volta a ser dado destaque ao fator *liberalism*. Precisamente por assumir um dos valores máximos do teste, certifiquei-me de que a sua presença fosse notória na imagem final. Dr. Johnson, responsável pelo teste IPIP-NEO, descreve este fator como a quebra com a convenção, a tradição e a autoridade (Anexo B). Em oposição, o outro fator mais pontuado no teste de Catarina (Anexo D) foi *self-consciousness* (auto-consciência), que representa uma preocupação e sensibilidade ao que os outros pensam de si. Por considerar interessante o contraste entre estes dois fatores – um que quebra regras e outro que se contém perante olhares

---

<sup>6</sup> «Demonstra a aparência de um movimento rotativo para o exterior, vindo de um ponto fixo de origem, expandindo-se e distendendo-se até ao infinito» (tradução da autora).

<sup>7</sup> «Pessoas afáveis têm igualmente uma visão otimista da natureza humana» (tradução da autora).



alheios – resolvi ilustrar a noção de que existem várias camadas, no que diz respeito à personalidade de Catarina. O rasgão representa um pequeno ato de rebeldia no centro de uma espiral perfeita e por detrás espreita um fundo branco. Ronnberg e Martin (2010, p. 660) descrevem o branco como uma cor que joga com opostos: «*White receives the projection of all or nothing [...] a symbol of integration without presenting to the eye the variety of vital forces that it integrates, [...]*»<sup>8</sup>, mais uma vez representando a dicotomia entre traços de personalidade da participante. Para além disso, Catarina refere em resposta aberta (Anexo D) que é precisamente o seu gosto e atração pelo “diferente” que a torna única. Entre oposições, movimento e cor, a imagem realizada pretende ir ao encontro da citação que Catarina destacou. Nas célebre frase de Saramago, «Se puderes olhar, vê. Se puderes ver, repara.», a questão da existência de várias camadas nesta manipulação exalta justamente a complexa harmonia do carácter da participante. Para conhecer os seus recantos, há que observar atentamente.

O processo de realização da imagem foi maioritariamente feito no programa de edição de imagem *Adobe Photoshop*. O efeito espiral foi conseguido através da ferramenta *radial blur* (desfoque radial) e foram modificadas a tonalidade e a saturação da fotografia original. O rasgão foi feito em papel, fotografado e posteriormente inserido (nesta fase, também através de *Adobe Photoshop*) na imagem criada.

A citação escolhida para integrar a página da participante no livro, por sugerir movimento e a descoberta de novos sítios, tal como a temática geral da imagem realizada, foi:

---

<sup>8</sup> «O branco é a projecção de tudo ou nada [...] um símbolo de integração que não apresenta à vista a variedade das forças vitais que integra, [...]» (tradução da autora).

*«And above all, watch with glittering eyes the whole world around you because the greatest secrets are always hidden in the most unlikely places. Those who don't believe in magic will never find it»<sup>9</sup> Roald Dahl*

---

<sup>9</sup> «E acima de tudo, observa com olhos brilhantes, o mundo inteiro que te rodeia porque os maiores segredos estão sempre escondidos nos locais mais improváveis» (tradução da autora).



Fig, 28 - Dina

## Dina

A participante Dina demonstrou traços de personalidade que, através de interpretação pessoal, se refletiram numa composição de cerejas costuradas à mão, em formato de uma cabeça.

Antes de prosseguir com qualquer explicação sobre a simbologia da imagem criada, é relevante explicar que a participante recusou a divulgação das 8 respostas abertas do seu teste a público, pelo que estas não foram levadas em conta na realização da produção final. Apenas se analisaram as pontuações do segundo teste.

O primeiro elemento simbólico a ressaltar serão as cerejas, que, segundo Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 187), são o sinónimo da alegria. Esta constatação interliga-se precisamente com os 88 pontos de Dina em *cheerfulness* (alegria). Adicionalmente, as cerejas representam, na cultura japonesa, «*the warrior's calling*»<sup>10</sup> (*ibid.*) e, dando relevância ao estatuto do guerreiro, esta é uma simbologia que inspira resiliência, força e disciplina. Tal facto alia-se aos 97 pontos da participante em *self-discipline* (auto-disciplina), que traduzem precisamente a capacidade de persistência de Dina, e aos outros 97 pontos em *self-efficacy* (auto-eficácia), uma faceta que descreve a confiança da pessoa em cumprir objetivos e alcançar metas (Anexo E).

Por outro lado, graças à técnica utilizada para conseguir esta imagem, existem vários elementos da costura a levar em consideração, na passagem de traços de personalidade da participante numa manipulação de imagem concreta.

---

<sup>10</sup> «o chamamento do guerreiro» (tradução da autora).

Começando pelo fio, este representa um «estado de ligação» (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 991), tal como a faceta extrovertida (89 pontos) de Dina e a sua propensão para socializar (*gregariousness* [sociabilidade] com 89 pontos).

Pelo facto do fio ser «*the symbol of passing through the gateway of the Sun and escaping the cosmos*»<sup>11</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 991), tem uma ligação harmoniosa com o fator *imagination* (imaginação), já que uma imaginação fértil leva-nos a locais longínquos, mas graças à grande capacidade conscienciosa da participante (97 pontos), com o fio «*all things followed back to the source*»<sup>12</sup> (*ibid.*). Esta noção cíclica de imaginar e voltar “à terra” assemelha-se, em parte, à forma como a agulha sai e regressa ao tecido.

Como Ronnberg e Martin (1996, p. 460) explicitam: «*Sewing is art and design, the surgeon's precise stitches [...]*»<sup>13</sup>, ou seja, a costura possui uma estrutura, tal como Dina tem uma capacidade consciente de si própria, dos seus limites, deveres e obrigações (96 pontos em *orderliness* [sentido de organização]).

O processo criativo da presente imagem traduziu-se na realização de um padrão de cerejas com o formato da cabeça da participante em desenho, que serviu de base para, posteriormente, as costurar em tecido. O resultado foi fotografado e editado no programa *Adobe Photoshop*, onde a qualidade da imagem geral também foi consideravelmente melhorada.

A citação escolhida para integrar a página da participante no livro, graças ao elemento simbólico da cereja e pela ligação aqui efetuada com a personalidade extrovertida e apaixonada de Dina, foi:

---

<sup>11</sup> «o símbolo de passagem pelo portal solar e escapar do cosmos» (tradução da autora).

<sup>12</sup> «todas as coisas voltaram à origem» (tradução da autora).

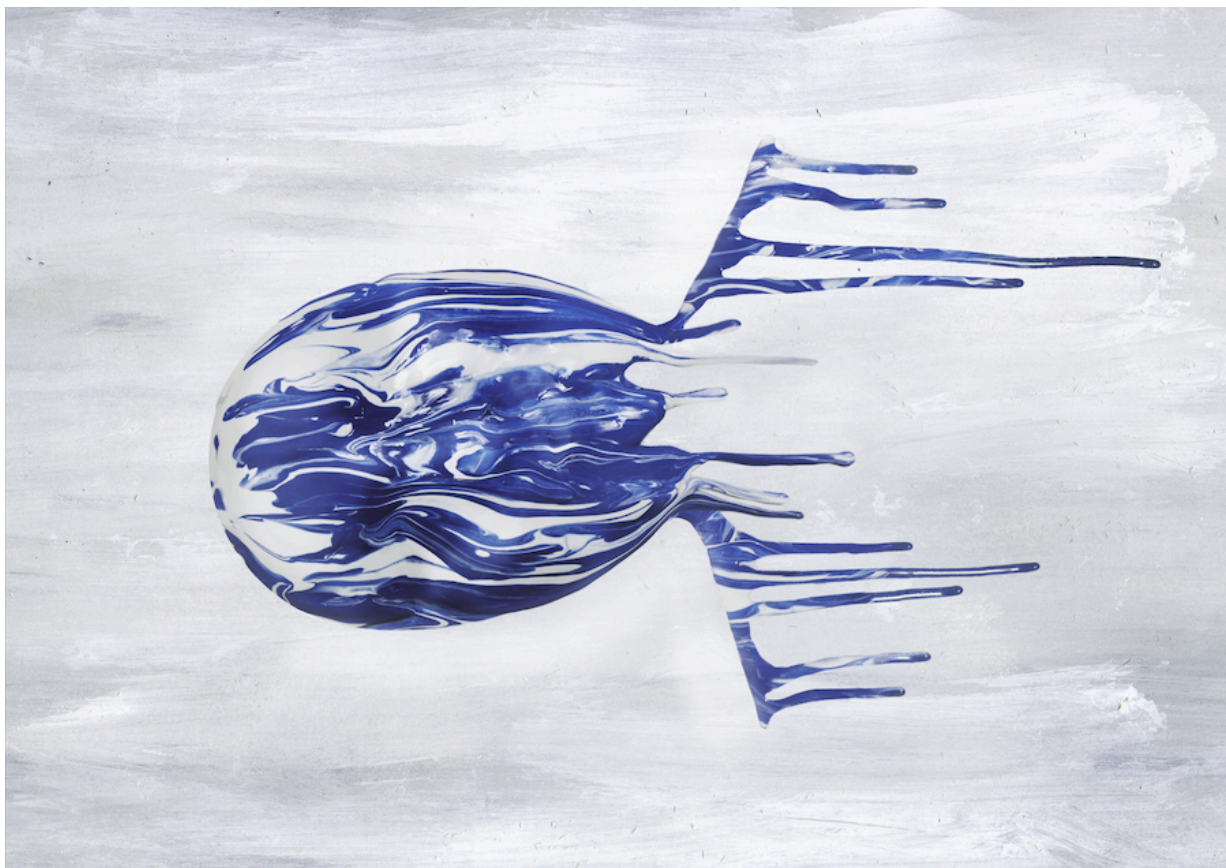
<sup>13</sup> «A costura é arte e design, os pontos precisos do cirurgião [...]

*«What a transfiguration it is to love! And the little shrieks, the pursuits in the grass, the waists encircled by stealth, the jargon that is melody, the adoration that breaks through in the way a syllable is said, those cherries snatched from one pair of lips by another - It all catches fire and turns into celestial glories.»*<sup>14</sup> Victor Hugo

---

<sup>14</sup> «Que transfiguração é amar! Os breves risinhos, as corridas na relva, as cinturas unidas em discrição, o jargão que é melodia, a adoração que se traduz em cada sílaba proferida, aquelas cerejas roubadas de um par de lábios por outros – Tudo isto se incendeia e torna em glórias celestiais.» (tradução da autora).





## Fernanda

O retrato original de Fernanda foi transformado numa silhueta pela qual se observa o escorrer de várias tintas.

Numa visão geral da primeira parte do teste da participante (Anexo F), Fernanda aparenta ser uma pessoa que valoriza a proximidade aos outros, (principalmente à família), o amor à vida e a dedicação às artes (especialmente à pintura). Nesse sentido, esta manipulação de imagem tenciona ressaltar o caráter artístico e apaixonado de Fernanda.

Inicialmente, as facetas de *imagination* (imaginação) e *artistic interests* (interesses artísticos), com 95 e 81 pontos respetivamente, foram as mais valorizadas para a realização da imagem, daí a utilização e destaque das tintas que escorrem. Aliando-as ao seu gosto pela pintura (Anexo F), a relação torna-se evidente.

Foi igualmente tomada em conta a citação que Fernanda escolheu: «Quando vejo uma criança, ela inspira-me dois sentimentos: ternura pelo que é, respeito pelo que virá a ser» (Anexo F), que considerei ser relevante para manipulação realizada. Como interpretação pessoal, tal como uma criança que cresce e vai substituindo a sua ingenuidade por conhecimento e experiência, o ser humano é como uma tela em branco que, com o passar do tempo, vai sendo preenchida. Esta justificação vai igualmente ao encontro da visão da participante em relação à vida: «Acredito que todos nós quando nascemos temos uma missão» (Anexo F), missão essa que é traduzida na referida tela a ser preenchida.

Relativamente às cores utilizadas, o branco possui uma ligação com a citação escolhida pela participante para a questão nº 8 (Anexo F), ao refletir «*childlike naivety, unawareness, immaturity and a lack of experience*» (Ronnberg & Martin, 2010, p. 660) bem como a oposição «*hard-won wisdom, and the white hair of the knowing old man*» (*ibid.*), ou seja, esta cor detém em si o simbolismo da evolução da vida, retratada na presente imagem. O branco é igualmente «*state of illumination*»<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> «estado de iluminação» (tradução da autora).



(*ibid.*), relacionando-se com a perspectiva da participante sobre o sentido da vida, que diz ser o «tentarmos alcançar alguma perfeição» (Anexo F).

Já o azul escuro é igualmente uma cor sinónima de um percurso, com uma ligação direta ao lado imaginativo da participante: «*It is the road to infinity on which the real is changed to the imaginary [...] as it darkens naturally, it becomes the colour of dreams*»<sup>16</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 102). É a cor da verdade (*ibid.*, p. 103), ressaltando a baixa pontuação de Fernanda em *cooperation* (cooperação), indicando que não compromete a sua razão para ceder à vontade dos outros. Adicionalmente, é também a cor que ilustra valores de liberdade: «[...] *disappear into blue, sink and vanish like a bird in the sky*»<sup>17</sup> (*ibid.*), coincidindo com os 78 pontos de *liberalism* (liberalismo) do teste da participante.

Esta manipulação foi conseguida, primeiramente, com o uso de tintas e de um balão. As tintas foram dispostas no topo do balão e, ao deslizarem pela sua superfície, formaram o padrão visível na imagem final. A estrutura foi fotografada e, com o auxílio do programa de edição de imagem Adobe Photoshop, foi possível aplicar-lhe um formato que se assemelhasse mais a uma face (salientando as sombras dos olhos, nariz e boca). As suas dimensões respeitam a dimensão da própria face de Fernanda e a restante tinta que escorre pelos ombros bem como o fundo da imagem foram realizados no mesmo *software*.

A citação escolhida para integrar a página da participante no livro, por salientar as questões de amor, vida e arte que Fernanda valoriza, foi:

*«To paint an image and to write a poem, is to reclaim the dignity and personal joy. It is an invitation for my creative contemplation of an opened mind.*

---

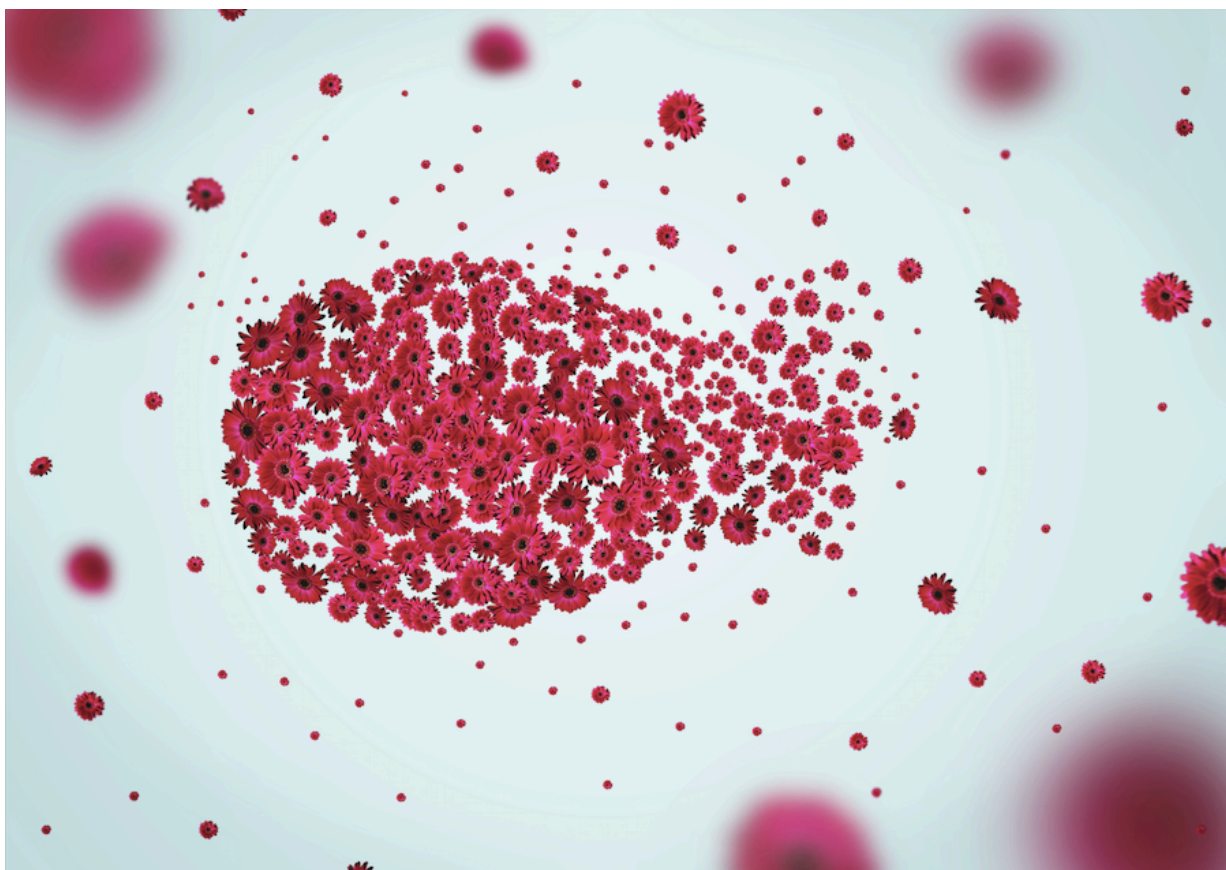
<sup>16</sup> «É a estrada para o infinito na qual o real é transformado no imaginário [...] à medida que escurece, torna-se na cor dos sonhos» (tradução da autora).

<sup>17</sup> «[...] desapareça no azul, mergulhe e disperse-se como um pássaro no céu» (tradução da autora).

*It is a storytelling venture on a blank page of paper and white canvases.  
It is reclaiming my life.»*<sup>18</sup> Isabella Koldras

---

<sup>18</sup> «Pintar uma imagem e escrever um poema é reclamar dignidade e alegria pessoal. É um convite à minha contemplação criativa de uma mente aberta. É o risco do contar de histórias numa página de papel em branco ou numa tela vazia. É reclamar a minha vida» (tradução da autora).



Fig, 39 – Isabel Gomes

## Isabel Gomes

A manipulação que resultou do teste realizado pela participante traduziu-se numa representação composta unicamente de flores, mais concretamente, de gerberas cor-de-rosa. Estas flores foram dispostas de forma a delinear o contorno do seu rosto e substituírem por completo o elemento fotográfico da primeira imagem.

Uma das razões pela qual optei por não incluir nenhum elemento da fotografia original prende-se com a natureza das flores em si. Como indica a citação: «*Visible above yet rooted in the invisible below, the flower symbolically bridges the manifest and the unseen worlds*»<sup>19</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 152), a flor já é um elemento visual que liga o visível ao invisível, daí que, ao ocultar a forma física da participante, a noção da realidade tangível continua presente a um nível simbólico. Para além disso, Isabel, quando questionada sobre o que a torna única, responde: «Não tenho nada meu, eu sou do mundo» (Anexo G).

No seu teste, Isabel deu ênfase à sua paixão pelas artes e à necessidade de se rodear de “coisas bonitas” para obter motivação para a sua vida em geral. Esta explosão de flores retrata o seu lado criativo e a sua capacidade de considerar a beleza das coisas como uma das suas principais fontes de inspiração. Adicionalmente, os resultados mostraram que a participante privilegia a aventura, cenários não-rotineiros, e está aberta a novas experiências<sup>20</sup>, o que permite a interligação com outra característica das flores em si – a inconstância: «*[...] flowers would appear to have been symbols of fickleness [...] the essential fickleness of something in a constant state of evolution; and especially of the fleeting nature of beauty itself*»<sup>21</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 396). Esta inconstância não é interpretada aqui como falta de

---

<sup>19</sup> «Visível no exterior e, ainda assim, enraizada no solo invisível, a flor faz a ponte simbólica entre os mundos tangíveis e intangíveis» (tradução da autora).

<sup>20</sup> Em 100 pontos, Isabel teve resultados de 93 em *excitement-seeking* (busca por entusiasmo), 98 em *adventurousness* (sentido de aventura) e 95 em *openness to experience* (abertura a novas experiências). (Anexo G)

<sup>21</sup> «[...] as flores aparentariam ser símbolos de inconstância [...] a inconstância essencial de algo num permanente estado de evolução; e especialmente da natureza fugaz da beleza em si» (tradução da autora).

consistência ou de confiança, mas sim no sentido de Isabel mostrar versatilidade e mobilidade, procurando quebrar com a rotina e com o tradicional.

Relativamente ao processo criativo, esta manipulação foi conseguida através de fotografia e do programa de edição de imagem *Adobe Photoshop*. Após realizar algumas experiências com vários tipos de flores, a fim de perceber qual resultaria melhor para esta composição, optei pelas gerberas. Segundo *A Victorian Flower Dictionary* (Kirkby, 2011, p. 67), estas flores em específico simbolizam alegria, o que permitiu estabelecer uma ligação direta com os resultados do teste de Isabel, que teve uma pontuação relativamente alta (71 pontos) no indicador *cheerfulness* (alegria). Procedeu-se assim ao tratamento de cada uma das fotografias tiradas e realizou-se a presente composição.

No que diz respeito à cor das flores, é de referir que a mesma não foi alterada em Photoshop, ou seja, o rosa era a cor original das gerberas utilizadas. Parte do simbolismo das flores, citando Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 396), «[...] *is determined by their colour, which discloses their psychic bearing*»<sup>22</sup>. O cor-de-rosa apropria-se perfeitamente à personalidade de Isabel por inúmeras razões. Primeiramente, Eva Heller (2014, pp. 213-214) descreve-a como a cor da gentileza e da sensibilidade, o que vai ao encontro das características de *agreeableness* (amabilidade), *altruism* (altruísmo) e com o que Isabel descreve ser a sua maior virtude: «Conseguir gostar muito das pessoas» (Anexo G). Fazendo uma ponte com o indicador de alegria (*cheerfulness*) e com a citação favorita da participante, «Façam o favor de ser felizes» (Anexo G), Heller (2014, p. 213) diz-nos que «todos os sentimentos que pertencem ao rosa são positivos», reforçando a ideia de que Isabel é, no geral, uma pessoa otimista. Por último, os 92 pontos do indicador *emotionality* (emotividade) e a resposta dada à questão «Se pudesse mudar algo na sua vida, o que seria e porquê?»<sup>23</sup>, relacionam-se diretamente com o facto do cor-de-rosa estar

---

<sup>22</sup> «[...] é determinado pela cor, que revela o seu comportamento psíquico» (tradução da autora).

<sup>23</sup> Isabel responde «Tornava as coisas mais bonitas, tornava a vida mais fácil» (Anexo G).

associado a um sentimento de romantização (*ibid.*, p. 218), sugerindo que a participante gostaria de poder dar mais beleza e encanto, quer num sentido literal e também figurativo, à vida em geral.

A citação escolhida para figurar a página referente à participante, graças ao tema floral da imagem realizada, foi:

*«There was after all no mystery in the end of love, no mystery but the mystery of love itself, which was large certainly but as real as grass, as natural and unaccountable as bloom and branch and their growth.»*<sup>24</sup> John Crowley

---

<sup>24</sup> «Não havia mistério no limiar do amor, não havia mistério a não ser o mistério do amor em si, que era certamente grande, mas real como a erva, natural e inexplicável como a flor, os ramos e o seu crescimento.» (tradução da autora).





Fig. 31 – Isabel Machado

## Isabel Machado

O trabalho realizado a partir da fotografia da participante em questão assemelha-se a um ovo dourado composto de penas, que se desfaz em tinta. É de ressaltar que um dos grandes atributos de Isabel, segundo interpretação pessoal do seu teste, é a forma como a participante pensa, como calcula que caminhos seguir e como o seu poder de iniciativa é impulsionado pela sua imaginação, daí um maior destaque visual à cabeça.

Começando pela análise do formato de ovo, o simbolismo associado ao mesmo prende-se diretamente com o momento de criação: «[...] *the egg evokes the beginning, the simple, the source*»<sup>25</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 14). *The Book of Symbols* (ibid.) diz-nos igualmente que o ovo é «a chama criativa dentro de nós» e está ligado a um processo de regeneração e renascimento. Em concordância com estas afirmações, Isabel destaca no seu teste (Anexo H) a sua «capacidade de imaginar e inventar novos caminhos» e acredita que «ter iniciativa é o primeiro passo para tudo». Para além disso, ela revela a sua tendência para nunca ficar parada e, quando concretiza um objetivo, parte logo para o próximo (Anexo H), uma característica que é reforçada pela sua pontuação alta em *self-discipline* (auto-disciplina). Foi igualmente notório o facto de que a maioria das suas respostas (no teste inicial de questões abertas) foram dadas segundo uma perspectiva mais profissional do que pessoal, indicando a valorização que dá ao trabalho que desenvolve. Assume-se assim que o seu instinto para a criação está diretamente relacionado com os seus projetos profissionais, enquanto atriz de teatro, encenadora e assistente de produção. Quanto às penas, estas simbolizam «leveza», «mobilidade» e «equilíbrio» (Ronnberg & Martin, 2010, p. 242), características que se interligam com alguns dos traços de personalidade de Isabel. Nos seus resultados é possível observar uma pontuação alta em *activity-level* (nível de actividade), o que vai ao encontro da sua já referida propensão para se mobilizar e reinventar-se (profissionalmente) com facilidade (Anexo H): «*Feathers are sensitive*

---

<sup>25</sup> «[...] o ovo evoca o início, o simples, a fonte» (tradução da autora).



*to the slightest wind [...] we can be shown new possibilities»*<sup>26</sup> (*ibid.*). A tinta que escorre é a transição entre a cabeça e o corpo, ou seja, entre o psicológico e o físico. Representa o ovo a partir-se, libertando «*the seed from which manifestation will spring»*<sup>27</sup> (*ibid.*), que escorre e se molda ao seu corpo. É a passagem da ideia para a ação, a prova concreta da sua iniciativa (como um pintor que usa tinta para ilustrar a imagem na sua cabeça).

Um aspeto essencial à justificação da composição realizada é a cor dourada predominante em todos os elementos referidos. A um nível geral, o dourado foi utilizado pelo facto de Isabel mencionar, como maior virtude, a sua capacidade de liderança (Anexo H). Em concordância, Heller descreve: «Por seu efeito simbólico, o ouro é grande e poderoso» (2014, p. 239). Outra vertente desta cor interliga-se com o interesse da participante em trabalhar com e para pessoas. Relativamente a trabalhar *com* pessoas, de uma ponto de vista de líder, o dourado é a cor da lealdade e da confiança (*ibid.*, p. 233), ressaltando a já referida via profissional de Isabel. No que diz respeito a trabalhar *para* pessoas, Isabel apresenta uma pontuação alta no indicador *altruism* (altruísmo). Nesse sentido, Heller associa o dourado com a bondade, referindo a expressão «ter um coração de ouro» (*ibid.*, p. 240). Em *Dictionary of Symbols* (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 442), é possível encontrar uma noção semelhante: «[...] *gold suggests the sun and the range of symbolism belonging to it – [...] dominion, a centre of warmth, love and generosity»*<sup>28</sup>.

Para o processo criativo, os materiais adquiridos foram penas falsas, *spray* acrílico dourado e tinta acrílica líquida dourada. As penas foram pintadas com o *spray* e suspensas por um fio para, posteriormente, serem fotografadas. O acrílico líquido foi posto a escorrer numa superfície branca para ser igualmente fotografado e

---

<sup>26</sup> «As penas são sensíveis à mais leve brisa [...] podem-nos ser apresentadas novas possibilidades» (tradução da autora).

<sup>27</sup> «[...] a semente que gerará um acontecimento» (tradução da autora).

<sup>28</sup> «[...] o dourado relaciona-se com o sol e com o simbolismo a ele associado – [...] domínio, um centro de calor, amor e generosidade» (tradução da autora).

aplicado na imagem final. A composição de todos os elementos foi, finalmente, realizada em *Adobe Photoshop*.

A citação escolhida para integrar a página da participante no livro, por estar ligada ao tema e a elementos simbólicos (penas) da imagem final, foi:

*«I want to think again of dangerous and noble things. I want to be light and frolicsome. I want to be improbable, beautiful and afraid of nothing, as though I had wings.»*<sup>29</sup> Mary Oliver

---

<sup>29</sup> «Quero pensar novamente em coisas nobres e perigosas. Quero ser luz e alegria. Quero ser improvável, bela e sem medo de nada, como se tivesse asas.» (tradução da autora).



Fig. 32 – José Dias

## José Dias

Na imagem manipulada de José Dias, é possível observar-se aviões de papel que voam em várias direções, circundando o espaço que, no retrato, é ocupado pelo rosto do participante.

Em análise ao teste de José Dias, foi produzida a presente manipulação de imagem devido ao carácter liberal, motivador e despreocupado do participante.

Numa avaliação pessoal, os aviões de papel que se sobrepõem a José representam uma certa leveza de espírito, traçando o seu caminho por si, ou seja, indo ao sabor do vento. A pontuação nula em *assertiveness* (assertividade) e os 7 pontos em *self-efficacy* (auto-eficácia) (Anexo I) revelam que o participante deixa que outros liderem o caminho e ter um plano rigoroso, sem espaço para manobras, na sua vida não é o seu ideal. Destacando o símbolo do vento que faz mover os aviões, Ronnberg e Martin (2010, p. 60) vão ao encontro dessa afirmação ao referir que «*wind blows where it lists*»<sup>30</sup> e, adicionalmente, «*on wind we have projected the unpredictable factor that moves us and carries us, sometimes directing our course or forcing us to change course*»<sup>31</sup>.

Relativamente à sua visão sobre o sentido da vida, o participante mostra uma perspetiva positiva e determinada sobre como seguir sempre em frente é a resposta (Anexo I), algo que se poderá interligar com o trajecto de um avião de papel quando impulsionado.

Já a sua motivação também foi um fator levado em conta para a realização da presente imagem. José Dias afirma que a sua fonte de motivação é ele próprio e a sua força interior (Anexo I), uma característica aliada ao simbolismo do avião: «*upward sublimation of our lower preoccupations, [...] prompted by our innate urge to reclaim*

---

<sup>30</sup> «o vento sopra para onde se inclina» (tradução da autora).

<sup>31</sup> «projetámos no vento o fator imprevisível que nos move e carrega, por vezes direccionando o nosso percurso ou forçando-nos a mudá-lo» (tradução da autora).

*the inner heights from which we first came “trailing clouds of glory”*»<sup>32</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 448). Ou seja, o participante impulsiona-se a si próprio, o «desejo de voar tornado realidade» (*ibid.*).

Outra faceta salientada foi *dutifulness* (sentido de obrigação), que obteve apenas 16 pontos, indicando que José poderá achar «contratos, regras e regulamentos» (Anexo B) como algo que restringe o seu potencial, daí que ao invés de desejar encontrar-se numa situação que o “prenda”, simbolizou-se o voo do avião para retratar esta característica: «*sublimated perspective that we are so far above the concrete*»<sup>33</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 448).

No que diz respeito aos seus interesses – dança e aventura (Anexo I) – precisamente por sugerirem movimento e ação, motivou-me igualmente a escolher um cenário e respetivos elementos que aludissem a isso mesmo, de uma forma figurativa.

De ressaltar o seu caráter relativamente liberal (67 pontos em *liberalism* [liberalismo]), que está de igual forma ligado à imagem criada.

Já as cores utilizadas foram o azul do céu e o branco dos aviões de papel. O azul é representado enquanto «*the road to infinity*»<sup>34</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 102), que alude ao já referido «sentido obrigatório, em frente» da vida (Anexo I) e o branco enquanto símbolo que «não revela a variedade de forças vitais que integra» (Ronnberg & Martin, 2010, p. 660), ressaltando os 7 pontos em *morality* (moral), indicadores de que o participante não sente necessidade de revelar demais sobre si ou sobre o que pensa em determinadas situações.

A presente imagem foi criada após a montagem de inúmeros aviões de papel, que foram fotografados individualmente. Em seguida, as respetivas fotografias foram editadas, agrupadas e dispostas de modo a rodearem o formato da cabeça do

---

<sup>32</sup> «sublimação ascendente das nossas preocupações inferiores, [...] motivadas pelo nosso impulso inato de reclamar a nossa glória interior» (tradução da autora).

<sup>33</sup> «perspetiva sublimada de que estamos muito acima do chão» (tradução da autora).

<sup>34</sup> «a estrada para o infinito» (tradução da autora).

participante. Quer esta última montagem como a aplicação de filtros de cor efetuaram-se no programa *Adobe Photoshop*.

Pelo caráter “leve” da imagem, a citação escolhida para figurar a página de José no livro foi:

*«If things start happening, don't worry, don't stew. Just go right along and you'll start happening too.»*<sup>35</sup> Dr. Seuss

---

<sup>35</sup> «Se coisas começarem a acontecer, não te preocupes, não te enerves. Segue esse caminho e começarás a acontecer também» (tradução da autora).





## José Santos

O retrato original de José Santos foi transformado numa montagem da sua figura em *stencil* sob um fundo de recortes de jornal. Uma das características do participante aqui salientada é a sua busca constante pelo conhecimento, maioritariamente graças à resposta dada à questão sobre o seu interesse principal (Anexo J). Esta sua motivação vai ao encontro dos seus traços de personalidade mais pontuados (principalmente nas facetas do fator conscienciosidade, que estão ligadas à nossa inteligência e forma de raciocínio [Anexo B]).

Apesar do elemento retratado na imagem ser o jornal e a sua ligação direta à recolha de informação, não existe, nos dicionários consultados, qualquer desenvolvimento sobre este símbolo em específico. Nesse sentido, o jornal foi equiparado, enquanto compilação de informações escritas, a algumas características simbólicas do elemento *livro*.

Segundo Chevalier e Gheerbrant (1996), o livro é então considerado como um símbolo de «conhecimento e sabedoria» (*ibid.*, p. 111), dois valores prezados pelo participante: «[...] *the book is revelation and, hence, by extension, manifestation [...] the manifestation which stems from its principle, cosmic intelligence.*»<sup>36</sup> (*ibid.*)

Relativamente à faceta *imagination* (imaginação), considere relevante salientar a sua pontuação nula (Anexo J), não num sentido pejorativo, mas sim como indicador de que José Santos revela ser uma pessoa que valoriza mais a razão ao invés de cenários abstratos. «Perseverante e perfeccionista» (Anexo J), características que diz torná-lo único, vão ao encontro da citação de Camões por si escolhida na questão nº 8, e que se alicerçam no facto de que a racionalidade e a auto-consciência são uma constante na personalidade do participante. Esta foi igualmente uma das razões pelas quais a manipulação realizada mantém muitos mais traços do retrato original (é

---

<sup>36</sup> «[...] o livro é revelação e, de salientar, por extensão, manifestação [...] manifestação essa que nasce do seu princípio, inteligência cósmica.» (tradução da autora).



possível observar-se grande parte do busto e face do participante), ao invés de mostrar uma composição mais abstrata.

José Santos teve igualmente pontuações elevadas em *agreeableness* (afabilidade), *morality* (moral), *altruism* (altruísmo) e *emotionality* (emotividade), revelando um caráter solidário para com outras pessoas. Ao exaltar a inteligência e conhecimento do participante, o simbolismo do livro relaciona estas capacidades a um lado mais emocional: «[...] *individual intelligence, residing in the heart*»<sup>37</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 111).

No que diz respeito às cores utilizadas, o preto é a cor que tem maior destaque e parte do seu simbolismo prende-se diretamente com a temática abordada na imagem: «*Black connotes the “seasoned” individual’s achieved maturity and authority, patience and the ability to wait*»<sup>38</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 658). Também de acordo com a faceta mais solidária do participante, «[...] *black’s capacity to protect*»<sup>39</sup> (*ibid.*) é uma característica que Ronnberg e Martin salientam no seu estudo simbólico desta cor.

A imagem final foi conseguida graças ao recorte e colagem de vários excertos de notícias de jornal e, seguidamente, a fotografia de retrato do participante foi aplicada através de *stencil* nesse mesmo fundo. Este resultado foi fotografado e todo o restante tratamento da imagem foi levado a cabo no programa *Adobe Photoshop*.

Precisamente pela valorização da busca de conhecimento do participante, a citação escolhida para integrar a página do participante no livro foi:

«*No man can reveal to you aught but that which already lies half asleep in the dawning of your knowledge. The teacher who walks in the shadow of the temple, among his followers, gives not of his wisdom but rather of his faith and his*

---

<sup>37</sup> «[...] a inteligência individual, que reside no coração» (tradução da autora).

<sup>38</sup> «O preto indica a maturidade e autoridade “amadurecidas” de um indivíduo, bem como a sua paciência e habilidade para esperar» (tradução da autora).

<sup>39</sup> «[...] *black’s capacity to protect*» (tradução da autora).

*lovingness. If he is indeed wise he does not bid you enter the house of his wisdom, but rather leads you to the threshold of your own mind»<sup>40</sup> Kahlil Gibran*

---

<sup>40</sup> «Nenhum homem te pode revelar o que quer que seja, a não ser aquilo que já reside adormecido no limiar do teu conhecimento. O professor que caminha na sombra do templo, juntamente com os seus discípulos, não partilha a sua sabedoria, mas sim a sua fé e compaixão. Se ele é verdadeiramente sábio, não te pedirá para entrar na sua casa de saber, mas sim guiar-te até aos limites da tua própria mente» (tradução da autora).



Fig. 34 – Leonor

## Leonor

A manipulação de imagem de Leonor é uma composição em feltro, onde se pode observar uma lua em forma de balão de ar quente que transporta um pequeno boneco, semelhante à personagem de J. M. Barrie, Peter Pan.

Na tentativa de traduzir alguns traços de personalidade de Leonor para uma imagem, foi a sua resposta à questão sobre o sentido da vida (Anexo K) que inspirou um conceito visual mais concreto. Uma «viagem indefinida» (*ibid.*) é como a participante descreve a vida e foi nesse sentido que procurei recriar a manipulação de imagem que é possível observar. Já o pequeno boneco que também integra a composição é inspirado na sua citação favorita (*ibid.*), cuja figura que a profere é a personagem Peter Pan.

Começando pela simbologia da lua, que aqui é apresentada como um balão de ar quente em movimento: «*the moon reigns over all [...] inspirations*»<sup>41</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 28), ressaltando o caráter imaginativo de Leonor. Apesar da sua pontuação no fator *imagination* (imaginação) ser considerada média com 64 pontos, é a própria participante que menciona o «dar asas à imaginação» na justificação da resposta à questão nº 8 (Anexo K).

Relativamente aos 80 pontos em *artistic interests* (interesses artísticos) da participante, a lua também possui uma relação simbólica com a vontade de criação e com a valorização do artístico: «*[...] resplendent currencies can incite to a creative [...] magical [...] disposition*»<sup>42</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 26)

---

<sup>41</sup> «a lua reina sobre todas as [...] inspirações» (tradução da autora).

<sup>42</sup> «[...] as circulações resplandecentes conseguem incitar uma disposição criativa e mágica» (tradução da autora).

Outro símbolo analisado foi a já referida viagem, que, segundo Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 555) é uma demanda por «truth, peace or immortality»<sup>43</sup>, sendo a última uma característica da personagem Peter Pan, que Leonor refere no seu teste por aludir à sua infância (Anexo K).

«*Journeys give expression to a [...] need for a fresh range of experience [...] which prompts the search for and discovery of new horizons*»<sup>44</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 557) é outro significado que vai ao encontro da perspectiva da participante em aproveitar a vida ao máximo (Anexo K).

Leonor mostra-se como uma pessoa bastante solidária e preocupada com os outros, algo que considera como a sua maior virtude e que é visível nos resultados da segunda parte do seu teste de personalidade, cujas pontuações do fator de afabilidade e restantes 5 facetas são das mais altas. Esta faceta não se encontra de forma explícita na imagem manipulada, embora o modo como foi executada pretende salientar essa pureza e inocência que reside na confiança (90 pontos na faceta *trust*) e esperança depositada nos outros.

O processo criativo desta imagem foi executado maioritariamente de forma manual. Foi adquirido e recortado feltro de várias cores, de modo a fazer os elementos que a compõem. Para além do feltro, usou-se linha para ligar a lua em forma de balão de ar quente ao pequeno cesto. O resultado final foi fotografado e editado em *Adobe Photoshop*, para melhor se adaptar à face de Leonor, e aplicaram-se filtros de cor como edição final.

---

<sup>43</sup> «verdade, paz ou imortalidade» (tradução da autora).

<sup>44</sup> «As viagens dão expressão a uma [...] necessidade de viver um novo conjunto de experiências [...] algo que motiva a busca e a descoberta de novos horizontes» (tradução da autora).

Pela ligação direta com os elementos da imagem realizada, foi escolhida a citação que a participante registou na resposta à questão nº 8 do seu teste:

*«Second star to the right and straight on 'til morning»*<sup>45</sup> Peter Pan.

---

<sup>45</sup> «Segunda estrela à direita e sempre em frente até de manhã» (tradução da autora).





Fig. 35 – Richard

## Richard

A imagem realizada que traduz alguns dos traços de personalidade do participante Richard ilustra uma face transformada nas ondas do mar.

Valorizei inicialmente a sugestão da sua citação favorita, do escritor David Mitchell (Anexo L): «*My life amounts to no more than one drop in a limitless ocean. Yet what is any ocean, but a multitude of drops?*»<sup>46</sup> Deste modo, a ideia para representar a sua personalidade através do oceano começou por ser uma interpretação literal, mas, após pesquisa sobre a simbologia do mesmo, este revelou ser o elemento visual ideal.

Richard revela no seu teste que é uma pessoa «*social in bursts*»<sup>47</sup> (Anexo L), mas que aprecia igualmente o tempo que passa sozinho, algo que funciona como paralelo com as marés. O mar tanto pode ser agitado como calmo. Já um dos medidores mais pontuados do participante foi *openness to experience* (abertura à experiência), que relacionei com a vastidão dos oceanos, que, apesar da sua união, chegam a tantos recantos diferentes da Terra. Para além disso, com o oceano «*you can be [...] borne on a wave of creative inspiration*»<sup>48</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 36), cuja interligação com a criatividade do participante é evidente.

Relativamente à água enquanto símbolo, esta relaciona-se com aquele que Richard diz ser o sentido da vida: «*To be good and put goodness back into the world. To Love, essentially*»<sup>49</sup> (Anexo L). Vedr, citado por Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 1081), explicita precisamente o caráter positivo e regenerador da água:

---

<sup>46</sup> «A minha vida não é mais do que uma gota num vasto oceano. Contudo, o que é um oceano senão uma multitude de gotas?» (tradução da autora).

<sup>47</sup> «ocasionalmente social» (tradução da autora).

<sup>48</sup> «podes ser levado por uma onda de inspiração» (tradução da autora).

<sup>49</sup> «Ser boa pessoa e espalhar bondade pelo mundo. Amar, essencialmente.» (tradução da autora).



Water, you are the one who brings us the life force. Help us find nourishment so that we may look upon great joy... Waters yield your cure as an armour for my body, so that I may see the sun for a long time. Waters carry away all of this that has gone bad in me (...).<sup>50</sup>

No que diz respeito à cor, o destaque óbvio vai para o azul. Em comparação com alguns dos traços de personalidade de Richard, Eva Heller (2014, p. 21) começa por afirmar que esta é a cor «da simpatia, da harmonia, da amizade e da confiança», relacionando-se diretamente com algumas das facetas mais pontuadas no seu teste, de *friendliness* (amizade), *agreeableness* (afabilidade) e *sympathy* (simpatia). O facto do azul também ser a «cor do irreal» (*ibid.*, p. 26) vai ao encontro do, já mencionado, lado criativo do participante, uma característica que diz torná-lo único e que é comprovada pelos 92 pontos em *artistic interests* (interesses artísticos). Por último, esta cor está inerentemente ligada ao elemento visual do oceano, e que a nível literal como metafórico, ela confere à imagem «profundidade» (Ronnberg & Martin, 2010, p. 652) e «grandeza» (Heller, 2014, p. 24).

Relativamente ao processo criativo, foram propositadamente tiradas várias fotografias ao mar, no sentido de conseguir uma composição de ondas no lugar da cara de Richard. Essas fotografias foram seleccionadas e tratadas em *Adobe Photoshop* e, posteriormente, aplicadas ao retrato do participante, sendo moldadas segundo o formato da sua face. O único elemento da fotografia original que não sofreu modificações foi a parte do pescoço e torso, para criar uma justaposição entre personalidade e aparência esteticamente interessante: o que as roupas ocultam e o seu carácter forte que, mesmo assim, consegue escapar e evidenciar-se.

A citação escolhida para integrar a página do participante no livro foi a que o mesmo seleccionou para responder à questão nº 8 do seu teste de personalidade e que, como anteriormente descrito, tem uma ligação direta ao tema da imagem realizada:

---

<sup>50</sup> «Água, tu és aquela que nos traz a força de viver. Ajudas-nos a encontrar alimento para que possamos ser felizes... As águas possuem a cura, como uma armadura para o meu corpo, para que possa ver o sol durante muito tempo. As águas levam tudo o que há de mal em mim (...)» (tradução da autora).

*«My life amounts to no more than one drop in a limitless ocean. Yet what is any ocean, but a multitude of drops?»* David Mitchell



Fig. 36 – Rita

## Rita

A interpretação da personalidade de Rita, de acordo com o teste realizado, traduziu-se na imagem de uma nuvem que cobre a lua, com um fundo de um céu estrelado.

Primeiramente, a nuvem relaciona-se diretamente com os fatores *imagination* (imaginação) e *liberalism* (liberalismo), que obtiveram 90 e 92 pontos, respetivamente. Como prova, Ronnberg e Martin descrevem as nuvens como «[...] *poetic evocations of limitless freedom*»<sup>51</sup> (2010, p. 58), aludindo igualmente à resposta que a participante deu sobre o sentido da vida, na qual frisa a importância de aproveitar a sua existência ao máximo e de forma intensa (Anexo M). Ainda em *The Book of Symbols*, os autores explicam que este símbolo indica, simultaneamente, a ligação e a quebra com o mundo terrestre: «*Clouds are part of an [...] Exchange between the ethereal and the earthly, moving between formlessness and form.*»<sup>52</sup> (*ibid.*). Outro elemento que também lida com a relação entre opostos no seu significado é a lua, pela sua «*apportioned variability of its shadow and light*»<sup>53</sup> (*ibid.*, p. 26). São frisadas estas dicotomias precisamente pela resposta que a participante deu à questão *Qual é a tua citação favorita?*:

Most things about me are hard to explain, I guess, like how I'm mostly delusional and live in a half-imaginary world but am also a realist to the core. I'm just a bunch of contradictions most of the time and I don't like it, but I also do.<sup>54</sup>

(Marianna Page, Anexo M)

Por essa razão, e ao contrário de algumas manipulações deste projeto, não é ao acaso que a imagem da participante não respeita totalmente o formato da sua silhueta. Quer pelo teste de respostas abertas como pelos resultados do IPIP-NEO (Anexo M),

---

<sup>51</sup> «[...] evocações poéticas de liberdade ilimitada» (tradução da autora).

<sup>52</sup> «As nuvens são parte de [...] um balanço entre o etéreo e o terreno, movimentando-se entre algo com e sem forma.» (tradução da autora).

<sup>53</sup> «variabilidade repartida entre a sombra e a luz» (tradução da autora).

<sup>54</sup> «A maioria dos factos sobre mim são difíceis de explicar, penso eu, como ser principalmente iludida e viver num mundo quase imaginário, mas também sou muito realista. Sou um conjunto de contradições durante grande parte do tempo e não gosto disso, mas, ao mesmo tempo, gosto.» (tradução da autora).

Rita revela-se particularmente sonhadora e confinar-se a um molde não parece fazer parte das suas ambições. No entanto, demonstra com igual medida, ser uma pessoa racional e consciente, pelas altas pontuações demonstradas nas facetas *self-efficacy* (auto-eficácia), *dutifulness* (sentido de obrigação), *achievement-striving* (cumprimento de objetivos) e *cautiouness* (cautela) do fator conscienciosidade.

As estrelas presentes na imagem realizada também revelam significados que se podem ligar a Rita, por serem consideradas fontes da imaginação: «*imagination is a celestial or super celestial star*»<sup>55</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 18). Para além disso, Rita mostra valorizar o seu desenvolvimento pessoal, quando revela na questão nº 4 que a sua maior motivação é pensar naquilo que quer ser e no que quer alcançar (Anexo M), logo “ser uma estrela” enquanto metáfora para alguém que atinge sucesso é uma ligação evidente com a personalidade da participante: «*Stars tell us of the [...] visionary, of something in ourselves that is starlike*»<sup>56</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 18).

No que diz respeito às cores, ressalva-se o negro da noite e o seu simbolismo relativo as várias oposições pelas quais a participante alterna: «*Black is primary to many forms of transformation [...]*» (*ibid.*, p. 658).

Durante o processo de execução da imagem, foi montada uma nuvem de algodão (o algodão foi colado a um balão e preso a suporte) e colocada uma fonte de luz por detrás da estrutura, para que esta a iluminasse. Após fotografar este cenário, o feixe de luz facilitou a montagem estratégica da lua no programa de edição *Adobe Photoshop*. Todos os restantes elementos (céu, outras nuvens e estrelas) foram adicionados nesta fase posterior.

A citação escolhida para figurar a página referente a Rita no livro realizado foi precisamente a que a participante mencionou em resposta à questão nº 8 do seu teste de personalidade:

---

<sup>55</sup> «a imaginação é uma estrela celestial ou super celestial» (tradução da autora).

<sup>56</sup> «As estrelas falam-nos dos [...] visionários, de algo em nós que é característico de uma estrela» (tradução da autora).

*«Most things about me are hard to explain, I guess, like how I'm mostly delusional and live in a half-imaginary world but am also a realist to the core. I'm just a bunch of contradictions most of the time and I don't like it, but I also do.»*

Marianna Paige

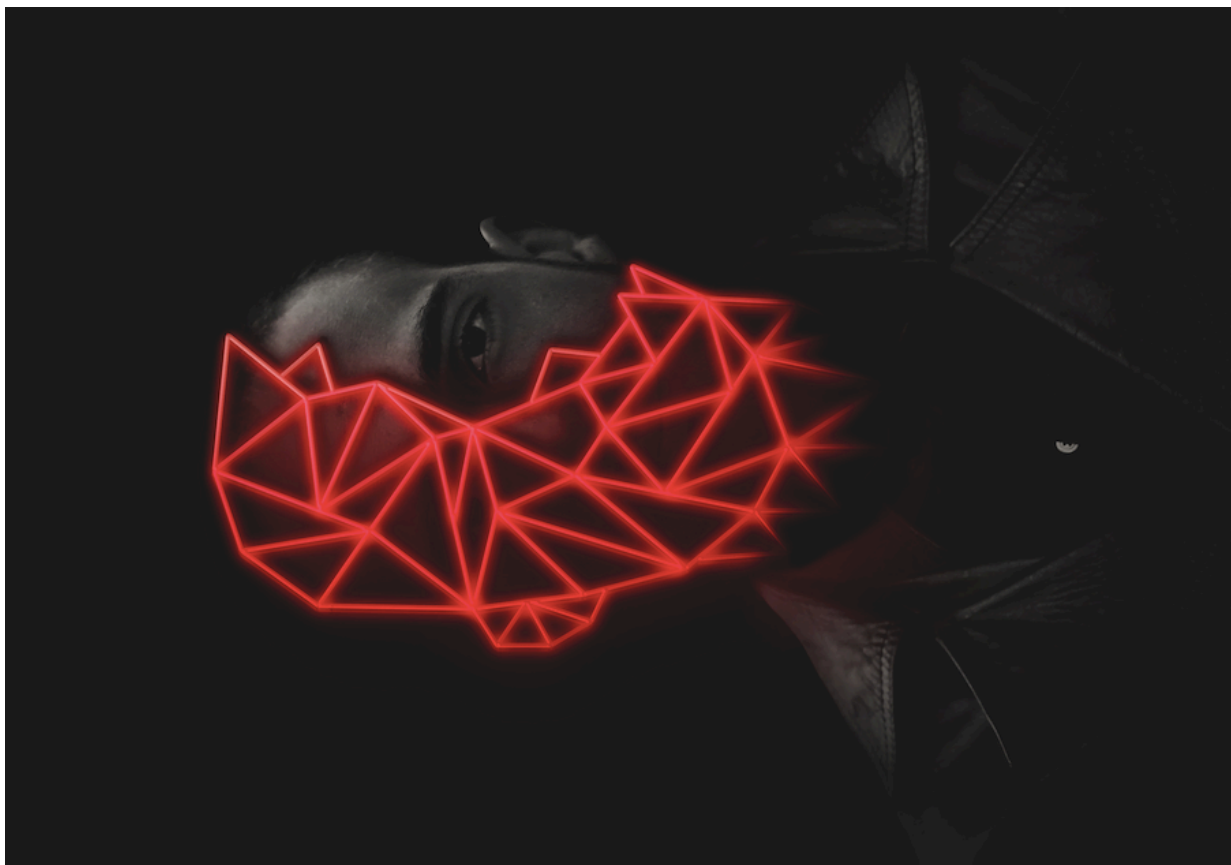


Fig. 37 – Salvador

## Salvador

A manipulação resultante do teste de personalidade de Salvador apresenta-se sob forma de máscara geométrica em néon vermelho.

Começando por uma análise ao elemento visual da máscara em si, há uma ligação inicial óbvia à vida profissional de Salvador, enquanto ator: «[...] *masks belong to the mythic arts of drama and storytelling*»<sup>57</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 722). A nível de interpretação pessoal, a máscara também funciona como uma alusão a alguns super-heróis, que escondem a sua verdadeira identidade por detrás da mesma. Ressalvando mais a questão do heroísmo do que propriamente da camuflagem do seu “eu” verdadeiro, Salvador afirma que vê o seu nome como uma espécie de responsabilidade, no que diz respeito a ser um exemplo para as outras pessoas e ir ao auxílio das mesmas (Anexo O). Por essa razão, enquanto “herói”, a máscara revela tanto sobre si como sobre a sua posição de generosidade perante os outros: «*Since the mask stands between one's self and the world, it has a dual nature: it looks both in and out*»<sup>58</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 722).

O facto da máscara ser composta de estruturas triangulares relaciona-se com os 98 pontos de Salvador no indicador *orderliness* (sentido de organização). Em *Dictionary of Symbols* (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 1034), o triângulo é descrito como sendo um sinónimo de harmonia e proporção, características que vão ao encontro da capacidade de planeamento e ordem do participante.

A razão pela qual a fotografia se apresenta a preto-e-branco e a máscara reluz a vermelho relaciona-se com duas afirmações simbólicas. A primeira de Ronnberg e Martin (2010, p. 722), ainda sobre a máscara: «*As the human wearer of a mask becomes obscured, he or she is transformed into the archetypal patterns the mask*

---

<sup>57</sup> «[...] as máscaras pertencem às artes míticas do drama e do narrar de histórias» (tradução da autora).

<sup>58</sup> «Já que a máscara se situa entre si mesmo e o mundo, ela tem uma natureza dualista: olha tanto para dentro como para fora» (tradução da autora).



evokes»<sup>59</sup>. Já Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 600) complementam com: «*Light is paired with darkness to symbolize the complementary or sequential qualities of our evolution*»<sup>60</sup>. Nesse sentido, o objetivo de contrastar o néon com um fundo mais escuro foi demonstrar visualmente o processo de Salvador enquanto ator. Visto que valoriza bastante a sua profissão, enquanto fator determinante da sua personalidade, o participante utiliza esta máscara para se transformar numa outra personagem. Ainda assim, parte da sua face continua presente na manipulação, querendo tal indicar que, apesar da sua metamorfose, ele nunca perde inteiramente a sua singularidade, o seu lado mais pessoal.

Em referência específica à cor utilizada na máscara, o vermelho é «[...] *the burning energy of human desirousness*»<sup>61</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 638). Esta questão do fogo e do desejo encontra uma ligação direta com a resposta de Salvador, relativamente ao seu principal interesse: «[...] sentir a fogueira a acender [...] e deixar-me afetar pelas circunstâncias de vida da personagem» (Anexo O). Para além disso, esta cor relaciona-se igualmente com os indicadores *activity-level* (nível de actividade), *cheerfulness* (alegria) e *imagination* (imaginação), todos com pontuações altas nos resultados do seu teste. Ronnberg e Martin (2010, p. 638) afirmam: «*Red attracts us, conveying vitality, warmth, excitement, passion [...]*»<sup>62</sup>. Por outro lado, a intensidade do vermelho também faz ponte com o lado mais impetuoso do participante: «[...] *we also “see red” when we are enraged*»<sup>63</sup> (*ibid.*). Um dos seus resultados mais altos foi o indicador *anger* (raiva), revelando que existe a possibilidade de ficar «*enraged when things don’t go their way [...] sensitive about*

---

<sup>59</sup> «À medida que o humano que utiliza a máscara se obscurece, ele ou ela é transformado nos arquétipos que a máscara evoca» (tradução da autora).

<sup>60</sup> «A luz é emparelhada com a escuridão para simbolizar as qualidades complementares ou sequenciais da nossa evolução» (tradução da autora).

<sup>61</sup> «[...] a energia foga do desejo humano» (tradução da autora).

<sup>62</sup> «O vermelho atrai-nos, conferindo vitalidade, calor, entusiasmo, paixão [...]» (tradução da autora).

<sup>63</sup> «[...] também “ficamos vermelhos de raiva” quando nos irritamos» (tradução da autora).

*being treated fairly*»<sup>64</sup> (Anexo B). No geral, o vermelho é uma representação de poder, afastando-se da neutralidade e conferindo caráter a tudo o que toca<sup>65</sup>, algo que se adequa certamente à personalidade de Salvador.

A imagem final foi desenvolvida nos programas *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*. O modelo da máscara foi vetorizado em *Illustrator* e a aplicação na face do participante, bem como o tratamento geral da imagem foi finalizado em *Adobe Photoshop*, com base na fotografia inicial de Salvador.

A citação escolhida para integrar a página do participante, que está diretamente relacionada com a profissão que o caracteriza, foi:

«*Man is least himself when he talks in his own person. Give him a mask, and he will tell you the truth.*»<sup>66</sup> Oscar Wilde

---

<sup>64</sup> «enraivecido quando as coisas não correm como esperado [...] sensível no que diz respeito a ser tratado de forma justa» (tradução da autora).

<sup>65</sup> Ronnberg e Martin (2010, p. 640) referem «*And, to the alchemist, rubedo or reddening was the last stage of the long process of making Gold or, psychologically, integrating the personality*» («E, para o alquimista, o *rubedo* ou o avermelhar era a última etapa do longo processo de fazer ouro ou, psicologicamente falando, de conferir caráter» em tradução da autora).

<sup>66</sup> «Um homem dá menos de si quando fala por si. Dê-lhe uma máscara e ele dir-lhe-á a verdade.» (tradução da autora).



Fig. 38 – Tash

## Tash

A participante inglesa apresenta-se personificada em natureza, numa composição de dupla exposição que combina fotografias de várias árvores. É precisamente a árvore o símbolo escolhido para representar traços de personalidade de Tash, existindo uma interligação evidente entre ambos.

Em primeiro lugar, destaca-se no teste a sua dedicação aos outros. Tash afirma que a sua maior virtude é a generosidade de espírito, algo que, curiosamente, também considera como o seu maior defeito, por lhe ser difícil dizer que “não” às pessoas (Anexo O). Tal facto é confirmado pela pontuação favorável quer em *altruism* (altruísmo), *cooperation* (cooperação) e *friendliness* (amizade).

Relativamente à árvore: «*Every sort of creature nestles in the tree's sheltering, motherly branches, hides in her hollows and is fed by her substance*»<sup>67</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 128), uma definição paralela ao carácter solidário de Tash. Chevalier e Gheerbrant (1996, p. 1026) também salientam a vertente polivalente das árvores: «[...] *they relate the Under to the Upper World. They bring all the elements together: Water circulates in their sap; Earth becomes part of their body through their roots; Air feeds their leaves; and Fire is produced by rubbing their sticks together*»<sup>68</sup>.

Um dos traços *Big Five* que a participante claramente demonstra possuir é a sua abertura à experiência (Anexo O). Sendo uma pessoa imaginativa, aventureira e liberal, ela atribui a sua singularidade à infância internacional que teve. Apesar das raízes que prendem a árvore ao solo, Ronnberg e Martin (2010, p. 130) descrevem-na como «[...] *the integration of many different forces of life and the fructifying imagination essential to symbolic process*»<sup>69</sup>, ou seja, da mesma forma que Tash

---

<sup>67</sup> «Todas as criaturas aninham-se no abrigo dos ramos maternos da árvore, escondendo-se nas suas cavidades e alimentando-se da sua substância» (tradução da autora).

<sup>68</sup> «[...] elas ligam o mundo Exterior com o Interior. Reúnem todos os elementos: a Água circula na sua base; a Terra torna-se parte do seu corpo através das raízes; o Ar alimenta as suas folhas; e o Fogo é produzido quando se roçam os seus troncos» (tradução da autora).

<sup>69</sup> «[...] a integração das diversas forças de vida e da imaginação frutificada, essencial ao processo simbólico» (tradução da autora).

afirma ser o resultado das experiências que a vida lhe proporcionou, a árvore também é um aglomerado do mundo que a rodeia e daquilo que produz.

No que diz respeito à visão da participante sobre o sentido da vida, a sua primeira resposta é bastante clara: «*To live our lives with our innate creativity at the centre*»<sup>70</sup> (Anexo O). De acordo com essa perspectiva, a árvore é igualmente um símbolo de criatividade: «[...] *the tree is also a cosmos encompassing psychic spheres of refreshment, creativity and initiation transcending space and time*»<sup>71</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 130).

Contudo, para além do elemento visual escolhido, a cor verde, que predomina na composição realizada, alude da mesma forma ao instinto criativo (*ibid.*, p. 646). Em *The Book of Symbols* (*ibid.*), esta cor é descrita como um símbolo de crescimento, sendo dado o exemplo do Antigo Egipto, em que o verde estava ligado à criação. Já a cor castanha dos ramos volta a aludir ao carácter solidário e social da participante, como demonstram Ronnberg e Martin (*ibid.*, p. 656): «*Brown is both rich and humble, evoking softness, warmth, depth and respite [...]*»<sup>72</sup>

De acordo com o resultado do teste, assegurei-me de que o resultado final iria apenas ter elementos visuais fotográficos, já que a participante destacou, como seu maior interesse e *hobby*, a fotografia. O processo criativo passou então por tirar fotos a várias árvores e encontrar a melhor disposição das mesmas com auxílio da técnica de dupla exposição, utilizando o programa de edição de imagem *Adobe Photoshop*.

A citação escolhida para figurar a página da participante no livro, por relacionar o carácter bondoso de Tash com a simbologia das árvores, foi:

---

<sup>70</sup> «É vivermos a vida, colocando no centro a nossa criatividade inerente» (tradução da autora).

<sup>71</sup> «[...] a árvore é também um cosmos, abrangendo esferas psíquicas refrescantes de criatividade e iniciação que transcendem o tempo e o espaço» (tradução da autora).

<sup>72</sup> «O castanho é tanto rico como humilde, evocando suavidade, calor, profundidade e descanso [...]» (tradução da autora).

*«And see the peaceful trees extend their myriad leaves in leisured dance— they bear the weight of sky and cloud upon the fountain of their veins.»<sup>73</sup> Kathleen Raine*

---

<sup>73</sup> «E observa as serenas árvores a estenderem a sua miríade de folhas numa dança livre – elas carregam o peso do céu e das nuvens sob a fonte das suas veias.» (tradução da autora).





Fig. 39 – Teresa

## Teresa

A interpretação dos traços de personalidade da participante resultaram na imagem de uma estrutura de vidro dourada que aparenta estar a rebentar e a estilhaçar-se.

A partir da análise de ambos os testes, Teresa aparenta trocar qualquer neutralidade por uma vida repleta, usufruída de forma intensa. Quer pelo detalhe nas suas respostas, bem como nas pontuações ou muito altas ou muito baixas no teste, os seus traços de personalidade encontram-se bem definidos. Nesse sentido, a intenção foi recriar essa intensidade em imagem, através de algo que se assemelhasse a uma explosão.

Um dos símbolos evidentes desta manipulação de imagem é o vidro. «*Glass embodied [...] the moonlike waxing of potential into being, and consciousness imbued with the luminous, hidden fire of the self*»<sup>74</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 588) é uma afirmação que vai ao encontro das características da participante, referindo-se ao seu potencial e à vontade que tem de alcançar sonhos e objetivos. Essa vontade é salientada na resposta à questão nº 3: «*I'm hungry! I want it all. [...] I'm hungry for everything! And I think that if I don't get the chance of doing that, it'll break me*»<sup>75</sup> (Anexo P), uma oposição que existe no próprio material representado, sendo que o vidro é «veículo de beleza, pureza», bem como de «fragilidade» (*ibid.*).

A sua forma de ver a vida – «*Life has no meaning. None. It's a beautiful thing we are alive. [...] We are a part of nature. And that's it.*»<sup>76</sup> (Anexo P) – bem como a sua impulsividade (justificada pelas baixas pontuações nas facetas do fator conscienciosidade), revelaram uma urgência da participante em viver o que há para ser vivido e disfrutar da sua existência, sem contenção. E aliada à explosão está

---

<sup>74</sup> «O vidro encorpora [...] o apuramento do potencial em algo concreto, da consciência envolta em luz, de um fogo escondido no nosso interior» (tradução da autora).

<sup>75</sup> «Tenho fome! Quero tudo. [...] Tenho fome de tudo! E acho que se não tiver a hipótese de o alcançar, isso quebrar-me-à» (tradução da autora).

<sup>76</sup> «A vida não tem significado. Nenhum. Estarmos vivos é algo de belo. [...] Somos parte da natureza. E é somente isso.» (tradução da autora).



sempre a força que a provocou. É precisamente essa força, que simboliza a vontade de viver de Teresa, a motivar movimento, liberdade e uma procura por um novo estado de coisas.

Igualmente como símbolo, foi considerada a luz que ilumina as partículas de vidro da imagem, em oposição ao cenário negro que a envolve. «*Light is paired with darkness to symbolize the complementary or sequential qualities of an evolution*»<sup>77</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 600). Este conceito de evolução provém das motivações e adversidades que moldam a vida da participante. Independentemente dos cenários da sua vida, ela não se mostra neutra e existe sempre uma fonte de intensidade.

Relativamente às cores, é de ressaltar o dourado da estrutura que, mais uma vez, simboliza luz – «*Gold is a weapon of light*» (*ibid.*, p. 442) – já referida pela sua relação com a personalidade de Teresa. O preto funciona aqui como uma cor absoluta (*ibid.*, p. 92), conferindo um cenário bastante longe da neutralidade.

A imagem foi realizada através de uma estrutura redonda de pequenos vidros partidos, que parece brilhar por existir uma vela acesa por detrás da mesma. Após tirar várias fotografias a essa estrutura, o resultado foi moldado ao formato da cara da participante e disperso em pontos específicos, para dar a sensação de explosão e fragmentação. Tudo isto, em adição aos filtros de cor e edição, foi conseguido no programa *Adobe Photoshop*.

A citação selecionada para figurar a página da participante é a mesma que escolheu para responder à questão nº 8 do seu teste de personalidade, por referir precisamente a perspetiva de Teresa em relação à forma como a vida deverá ser vivida e que motivou a imagem realizada:

«*They're not that different from you, are they? Same haircuts. Full of hormones, just like you. Invincible, just like you feel. The world is their oyster. They believe*

---

<sup>77</sup> «A luz é emparelhada com a escuridão para simbolizar as qualidades complementares ou sequenciais de uma evolução» (tradução da autora).

*they're destined for great things, just like many of you, their eyes are full of hope, just like you. Did they wait until it was too late to make from their lives even one iota of what they were capable? Because, you see gentlemen, these boys are now fertilizing daffodils. But if you listen real close, you can hear them whisper their legacy to you. Go on, lean in. Listen, you hear it? Carpe... Hear it? Carpe... Carpe diem. Seize the day boys, make your lives extraordinary.»<sup>78</sup> John Keating*

---

<sup>78</sup> «Eles não são tão diferentes de vocês, pois não? O mesmo penteado. Cheios de hormonas, tal como vocês. Invencíveis, tal como vocês se sentem. O mundo é deles. Eles acreditam que estão destinados a grandes feitos, como muitos de vós, os olhos deles cheios de esperança, tal como os vossos. Será que eles esperaram até ser tarde demais para tornarem a vida deles num ífimo daquilo que eram capazes? Porque, entendam cavalheiros, estes rapazes são narcisos fertilizados. Mas se ouvirem com atenção, conseguem escutá-los a sussurrar-vos o seu legado. Vá lá, aproximem-se. Oçam, conseguem ouvir? Carpe... Ouvem? Carpe... Carpe diem. Aproveitem o dia rapazes, tornem as vossas vidas extraordinárias» (tradução da autora).



Fig. 40 – Vanessa

## Vanessa

A imagem resultante para Vanessa foi uma colagem de fósforos a arder, com o formato do cabelo da participante, de acordo com o seu retrato.

O elemento principal desta manipulação de imagem foi o fogo, pelo facto de que a sua simbologia se interliga com alguns dos traços de personalidade de Vanessa evidenciados no seu teste. Ao afirmar que o sentido da vida é marcar a diferença no mundo (Anexo Q), cria-se desta forma um paralelo com a afirmação «*It is through fire that Nature is changed*»<sup>79</sup> (Eliade, citado por Ronnberg & Martin, 1996, p. 84), ou seja, ambos retêm em si a capacidade de provocar mudanças significativas.

Vanessa mostra-se determinada, consciente de si mesma e das suas capacidades, graças à alta pontuação em *conscientiousness* (conscienciosidade) e por referir a audácia como uma das suas características, na resposta à questão nº 8 (Anexo Q). Adicionalmente, a baixa pontuação em *cooperation* (cooperação), indica que ela não está disposta a comprometer a sua visão para agradar e ceder às vontades dos outros, características que se relacionam com «*the fierce essence of fire*»<sup>80</sup> (Ronnberg & Martin, 1996, p. 84).

O fogo, enquanto elemento de força e poder, também alude à capacidade de persistência da participante, que assim o demonstra com os 91 pontos em *self-discipline* (auto-disciplina): «*illuminates darkness [...] ascends in the vapors of inspiration*»<sup>81</sup> (ibid., p. 82).

Como último fator deste símbolo, existe uma conexão entre o carácter social (75 pontos em *gregariousness* [sociabilidade]), o sentido de aventura (80 pontos) e a procura por entusiasmo (71 pontos) da participante e o fogo: «*fire symbolizes the*

---

<sup>79</sup> «É através do fogo que a Natureza se modifica» (tradução da autora).

<sup>80</sup> «a essência poderosa do fogo» (tradução da autora).

<sup>81</sup> «ilumina a escuridão [...] ascende em vapores de inspiração» (tradução da autora).

*passions [...], perhaps because it symbolizes the spirit*»<sup>82</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 381).

No geral, a estrutura de fósforos a arder foi construída no sentido de ressaltar todos estes traços fortes da personalidade de Vanessa.

Relativamente à cor vermelha que domina a imagem, esta transmite valores de «*vitality, [...], excitement, passion*»<sup>83</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 638) e revela-se como «*[...] the ardour and enthusiasm of youth*»<sup>84</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 794), ressaltando o caráter entusiasta (71 pontos em *extroversion* [extroversão]) e aventureiro (80 pontos em *adventurousness* [sentido de aventura]) da participante. Para além disso, esta cor é igualmente um sinónimo de força e intensidade, indo ao encontro da audácia com que Vanessa se identifica, pela sua resposta à questão nº 8 (Anexo Q), sendo o vermelho «*the burning energy of human desirousness*»<sup>85</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 638) e «*the basic symbol of the life-principle with its dazzling strength and power*»<sup>86</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 792).

A execução da presente imagem iniciou-se com uma fase de vectorização da forma do cabelo da participante, que foi impressa e serviu de modelo para colar todos os fósforos. Em seguida, a estrutura foi incinerada no sentido de criar o efeito visível na imagem final. Quer o fundo da manipulação, bem como os filtros de edição foram posteriormente conseguidos no programa de edição *Adobe Photoshop*.

Pela ligação com o símbolo fogo tão acentuado na imagem final, a citação escolhida para integrar a página da participante no livro foi:

*«You define yourself by what you do when the doing is not a job, rather a fire within yourself. The greatest tragedy of the world has ever told you is that you should*

---

<sup>82</sup> «o fogo simboliza as paixões [...], talvez porque simboliza o espírito» (tradução da autora).

<sup>83</sup> «vitalidade, [...], entusiasmo, paixão» (tradução da autora).

<sup>84</sup> «[...] o fervor e o entusiasmo da juventude» (tradução da autora).

<sup>85</sup> «a energia ardente da vontade humana» (tradução da autora).

<sup>86</sup> «o símbolo básico da vida, com a sua força e poder cativantes» (tradução da autora).

*be like someone else. You are what no other soul is, and those words alone should decorate your mind until your body falls to pieces»*<sup>87</sup> Christopher Poindexter

---

<sup>87</sup> «Tu defines-te pelo que fazes quando o fazer não é uma tarefa, mas sim fogo dentro de ti. A maior tragédia que o mundo te contou é que deverias ser mais como os outros. Tu és o que mais nenhuma alma é, e essas palavras deverão decorar a tua mente até que o teu corpo pereça» (tradução da autora).





Fig. 41 – Vítor

## Vítor

Para o participante Vítor, foi realizada uma montagem de mãos negras, que com gestos diferentes, compõem o espaço que envolve a face do mesmo.

Numa análise ao símbolo da mão, concluiu-se que seria um elemento que estaria de acordo com os traços de personalidade mais evidentes do participante. É de ressaltar essencialmente o seu carácter solidário, pela pontuação alta no fator *agreeableness* (afabilidade), no qual teve 90 pontos, e nas facetas de *altruism* (altruísmo) com 87 pontos, *modesty* (modéstia) com 80 pontos, e *sympathy* (simpatia) com 79 pontos. Nesse sentido, antes de uma pesquisa concreta num qualquer dicionário, a expressão portuguesa “dar a mão” simboliza características de auxílio e de solidariedade para com os outros, daí a presença marcada da mesma na imagem realizada. Para além disso, as mãos são o símbolo da ação – «*The hand expresses ideas of action*»<sup>88</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 466) – indo ao encontro de uma das maiores fontes de motivação de Vítor, que é precisamente estar sempre preparado para agir (Anexo R).

Igualmente de acordo com o perfil de Vítor, as mãos «[...] *embody effectiveness, [...], adaptation, invention, self-expression*»<sup>89</sup> (Ronnberg & Martin, 2010, p. 380), ao poderem ser equiparadas com a sua predisposição para se manter ocupado, como revelam os 86 pontos em *activity-level* (nível de actividade) do seu teste.

Já noutra vertente, o participante também aparentou ser uma pessoa significativamente religiosa, algo a que as mãos se mostram igualmente ligadas: «[...] *fingers that can confer a blessing*»<sup>90</sup> (*ibid.*).

No geral, como já indicado, este símbolo representado na manipulação de imagem mostra uma versatilidade de ações – «*What is manifest can be held in or*

---

<sup>88</sup> «A mão expressa ideias de ação» (tradução da autora).

<sup>89</sup> «[...] incorpora eficiência, [...], adaptação, invenção, auto-expressão» (tradução da autora).

<sup>90</sup> «[...] dedos que conseguem conferir uma prece» (tradução da autora).



*grasped by the hand*»<sup>91</sup> (*ibid.*) – relacionando-se com as várias facetas do caráter de Vítor.

No que diz respeito às cores utilizadas, o negro tão evidenciado das mãos prende-se exclusivamente com a simbologia que Ronnberg e Martin (2010, p. 658) lhe conferem, ao referir «*black's capacity to protect*»<sup>92</sup>.

Já a cor verde do fundo da imagem liga-se a fatores bastante otimistas - «*positive, life-producing actions*»<sup>93</sup> (*ibid.*, p. 646) como descrito em *The Book of Symbols*, que refletem os 86 pontos do participante na faceta de *cheerfulness* (alegria). O verde é sereno (*ibid.*) e uma cor que inspira o conforto, a frescura e a humanidade (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 451), de acordo com posição solidária, alegre e descontraída do participante. Adicionalmente, esta cor também está ligada a questões espirituais, sendo valorizadas aqui tanto uma das virtudes de Vítor, bem como a sua citação favorita (ambas relacionadas com amar o próximo), como indicado no seu teste (Anexo R): «*It is the symbol of the most highly prized riches, both material and spiritual - first and foremost the family*»<sup>94</sup> (Chevalier & Gheerbrant, 1996, p. 451).

Relativamente ao processo criativo da manipulação de imagem realizada, procedeu-se ao registo fotográfico de mãos em várias posições, após terem sido pintadas com tinta preta. De seguida, foram agrupadas segundo o formato da cara do participante em *Adobe Photoshop*. Todo o restante tratamento da imagem foi conseguido no mesmo *software*.

Pela ligação direta com o tema da imagem realizada, a citação escolhida para integrar a página do participante no livro foi:

«*Behold the hands, how they promise, conjure, appeal, menace, pray, supplicate, refuse, beckon, interrogate, admire, confess, cringe, instruct, command,*

---

<sup>91</sup> «O que é manifestado pode ser contido ou apreendido pela mão» (tradução da autora).

<sup>92</sup> «a capacidade protetora do negro» (tradução da autora).

<sup>93</sup> «ações positivas e produtivas» (tradução da autora).

<sup>94</sup> «É o símbolo das mais desejadas riquezas, tanto materiais como espirituais – acima de tudo, a família» (tradução da autora).

*mock and what not besides, with a variation and multiplication of variation which makes the tongue envious.»*<sup>95</sup> Michel de Montaigne

---

<sup>95</sup> «Olhai as mãos, como elas prometem, conjuram, apelam, ameaçam, rezam, suplicam, recusam, acenam, interrogam, admiram, confessam, se cerram, instruem, comandam, zombam e tudo mais, com uma variação e multiplicação de variação que faz a língua invejosa» (tradução da autora).

### 3.3 Livro e Posters Lenticulares *FACE IT*

Após alguma pesquisa sobre quais os suportes indicados para expor o projeto a público, concluiu-se que a sua disposição em livro e em posters seria a mais indicada. O livro é utilizado para compilar todas as produções visuais, bem como desenvolver sucintamente algumas das temáticas abordadas. Os posters apresentam as imagens em grande detalhe, no contexto de uma exposição. Decididos os meios de exibição e partindo do princípio de que o projeto-tese se centra em torno de uma abordagem experimental, resolvi procurar por uma forma pouco convencional de traduzi-lo para o plano físico. Após trabalho de pesquisa desenvolvido nesse sentido, surgiu então a ideia da imagem lenticular.

Uma impressão de um trabalho lenticular permite ao espetador visualizar mais do que uma imagem no mesmo suporte e, num artigo para o *The New York Times*, Matt Lake (1999) explica como funciona este processo:

These ribbed sheets are called lenses, or lenticular sheets, because they are actually dozens of optical-grade cylindrical lenses sitting in parallel lines on top of several specially prepared images. The lenses refract the images beneath them so that as your point of view changes, the image you see changes - creating the illusion of movement.<sup>1</sup>  
(*ibid.*)

A história das imagens lenticulares remonta ao período que sucedeu à Segunda Guerra Mundial, com o desenvolvimento da indústria do plástico e do papel (*ibid.*).



Fig. 42 – Crachá da campanha *I Like Ike* (1951)  
Extraído de [imgarcade.com](http://imgarcade.com)

Lake (*ibid.*) dá o exemplo da campanha política de Eisenhower para a presidência dos Estados Unidos da América, que em 1951 contou com crachás lenticulares que alternavam entre a fotografia do candidato e o slogan da campanha *I Like Ike*.

---

<sup>1</sup> «Estas folhas onduladas são chamadas de lentes, ou folhas lenticulares, porque contêm dezenas de lentes óticas dispostas em linhas paralelas na superfície das imagens impressas. Estas lentes causam a refração das imagens, de forma a que, quando o nosso ponto de vista se altera, a imagem visualizada também – criando a ilusão de movimento» (tradução da autora).

Atualmente, as imagens lenticulares são mais frequentemente utilizadas em publicidade, como foi o caso da campanha contra a violência infantil *Only For Children* da Fundação ANAR (Wasserman, 2013) que figurou *mupis* com uma mensagem escondida. O efeito lenticular revelava-se conforme a altura das pessoas, ou seja, os adultos viam uma imagem e as crianças viam outra.



Fig. 43 – Efeito lenticular dos mupis *Only For Children*, ANAR Foundation (2013)  
Extraído de [www.ipglab.com](http://www.ipglab.com)

Relativamente a projetos artísticos e de design, a qualidade apelativa das imagens lenticulares também é ocasionalmente explorada. Desde capas de livros, a convites ou brochuras, este tipo de técnica confere uma impressão de movimento às produções realizadas. De frisar a exposição do artista visual Rafaël Rozendaal, *Everything you see is in the past* (2013), que se baseou em obras lenticulares do autor. O fator a destacar desta exposição foi precisamente a interatividade estabelecida com o público, que à medida que se movimentava pela sala, encontraria as imagens em constante metamorfose. Na *press release* presente no site oficial do artista ([Newrafael.com](http://Newrafael.com), s.d.), lê-se: «*For Rozendaal's lenticular paintings, algorithm is a new brush. Each unique composition consists of several frames, so the abstract image offers an illusion of depth and appears to animate when the work is viewed from various angles*»<sup>2</sup>.



Fig. 44 – *Everything you see is in the past*, Rafaël Rozendaal (2013)  
Extraído de [newrafael.com](http://newrafael.com)

<sup>2</sup> «Para as pinturas lenticulares de Rozendaal, o algoritmo é um novo pincel. Cada composição única consiste em vários *frames*, de forma a que a imagem abstrata ofereça uma ilusão de profundidade e pareça uma animação quando o trabalho é visualizado de vários ângulos» (tradução da autora).

No geral, considereei que a sua utilização em projetos de design ainda é relativamente escassa quando equiparada com o número de trabalhos impressos em outros tipos de papel. Como anteriormente referido, é possível encontrar produções que recorram à impressão lenticular, mas não em tão grande escala. Algumas das contrariedades deste tipo de impressão prendem-se com os custos compreensivelmente mais elevados de produção e a questão da interatividade de imagens é maioritariamente explorada em plataformas digitais.

Contudo, concluí que a utilização do papel lenticular seria uma mais-valia para o tema específico deste projeto-tese. Como escolha pessoal, pretendi que o trabalho fosse apresentado em suportes físicos convencionais (o livro e os posters) e a intenção foi, de alguma forma, introduzir um elemento mais invulgar para poder diferenciá-los de outros projetos de design visual: *«If the sight of a lenticular picture isn't enough to make you stop in wonder, the fact that it's made up of that many different images surely should be»*<sup>3</sup> (Lake, 1999). Já que estão a ser exploradas duas facetas do ser humano, a impressão lenticular permite assim criar a referida justaposição entre aparência e personalidade.

Relativamente aos posters, a sua criação prende-se com o conceito de exposição pensado para este projeto. Tendo por referência a exposição de Rozendaal, a ideia de exibir imagens lenticulares que agreguem as fotografias e respetivas manipulações fotográficas compreende uma experiência que se centra essencialmente na deslocação do visitante. Ao entrar na sala, é possível ver apenas as fotografias dos dezasseis participantes e, à medida que se percorre o espaço, essas fotos transformam-se nas imagens representativas das suas personalidades. Este conceito de exposição está assim de acordo com a premissa de *FACE IT*, ao demonstrar que, numa primeira impressão, temos apenas acesso à aparência das pessoas e só quando nos

---

<sup>3</sup> «Se o vislumbre de uma imagem lenticular não é suficiente para o surpreender, o facto de ser composta por diferentes imagens vai certamente surpreendê-lo» (tradução da autora).

aproximamos, literal e figurativamente, é que podemos conhecer uma outra faceta das mesmas.

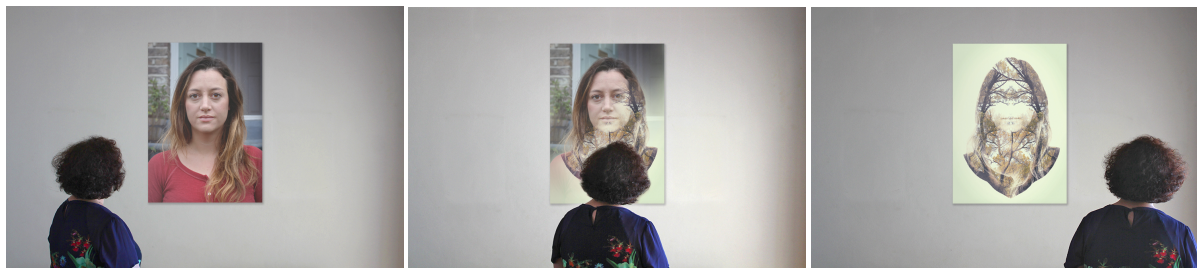


Fig. 45 – Exemplo de cartaz lenticular *FACE IT* em exposição

Já o livro representa uma compilação que, com o auxílio de textos complementares às imagens, oferece uma visão mais esclarecedora do presente tema. Projetou-se para tamanho A5 (14,8 cm de largura e 21 cm de altura), representando uma versão prática, portátil e compacta dos 32 trabalhos realizados. Cada folha é disposta com uma página esquerda estática, com informações referentes ao participante em questão (respetivo nome e uma citação relacionada com o tema da imagem manipulada) e com uma página direita lenticular, onde estão figurados o retrato e a manipulação de imagem do mesmo. Ocorrem algumas exceções em que a totalidade da folha será utilizada para informações textuais sobre os temas de aparência e personalidade humana. Adicionalmente, o livro inicia com um pequeno resumo do tema do projeto. As citações que acompanham as páginas dos participantes foram escolhidas ou através das suas respostas à questão nº8 do teste de personalidade ou por escolha pessoal. Em relação às escolhidas por mim, visto que nem todas as imagens foram feitas de acordo com as citações que os participantes referiram (sendo que algumas divergem mesmo da manipulação efetuada), resolvi procurar por uma frase que resumisse os traços de personalidade evidenciados e o símbolo utilizado. Já as folhas informativas foram criadas com o intuito de fornecer um pouco mais de conteúdo teórico ao livro. Estas folhas contêm unicamente citações referentes quer a aparência e fotografia ou personalidade e manipulação de imagem. Aparecem intercaladas com as páginas dos participantes, de forma a envolver ainda mais o leitor no tema geral abordado. Algumas das palavras destas citações foram escritas

manualmente, mais precisamente com uma caneta *cola pen*, para conferir uma faceta mais pessoal e humana ao trabalho em geral, algo que caracteres unicamente tipográficos falhariam em traduzir.

Relativamente à capa, esta é revestida de papel espelhado prateado, no sentido de servir, literalmente, como uma espécie de espelho para o leitor que o manuseia. Já que a sua face é refletida, a intenção é envolvê-lo diretamente no projeto, ou seja, mesmo que não tenha sido um dos participantes retratados neste trabalho, a capa refletora permite que o leitor também faça parte da experiência. Outro fator interessante sobre este tipo de papel espelhado é o facto do seu reflexo não ser preciso, distorcendo levemente a face de quem o encara. Isto significa que o leitor acaba por não se ver exatamente como aparenta – outra noção que joga com o tema da desconstrução da aparência humana. Ainda na capa encontra-se o título *FACE IT*, também feito propositadamente em caligrafia, tal como algumas das citações interiores, com o mesmo intuito de revelar um lado mais pessoal do tema e do projeto.

Já as cores do *layout* intercalam entre o branco e preto, precisamente por representarem dois opostos, tal como as dicotomias estudadas no trabalho em si.

A totalidade do conteúdo textual do livro encontra-se em inglês, pelo facto de se basear maioritariamente em citações (quer as informativas como as dos participantes) de autores estrangeiros e considere-se que parte do seu significado, trocadilhos e nuances iriam-se perder numa tradução. Nesse caso, para além das citações, o resumo inicial também foi escrito em língua inglesa, por uma questão de coerência.

As imagens exemplares da totalidade do livro encontram-se expostas nas páginas seguintes, a fim de ilustrar a disposição anteriormente descrita. De notar que só será possível observar o efeito lenticular das imagens na peça original.



Fig. 46 — Capa do livro *FACE IT*



Fig. 47 — Livro *FACE IT* (sequência: pp. 1 a 8)



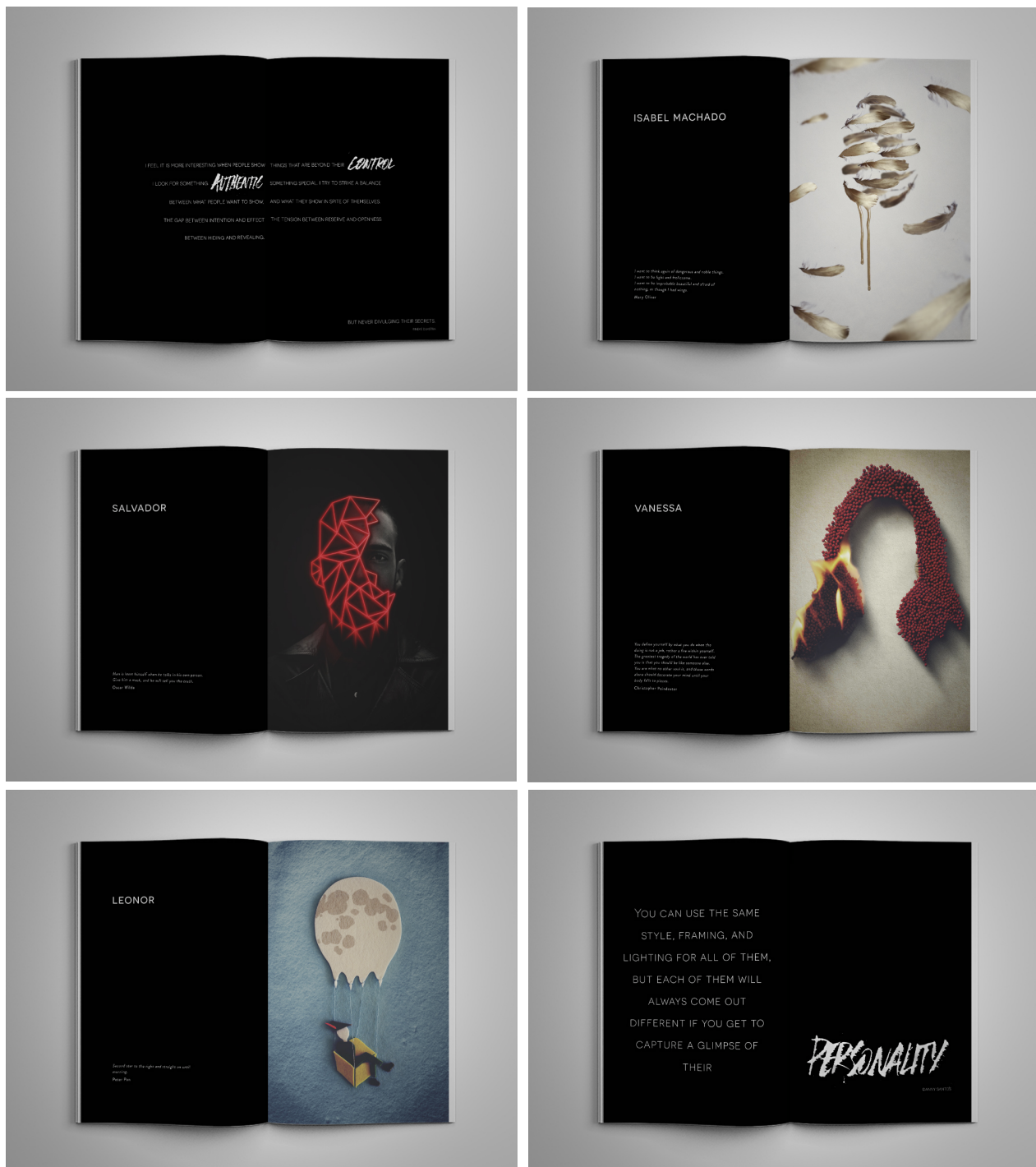


Fig. 48 — Livro *FACE IT* (sequência: pp. 9 a 20)

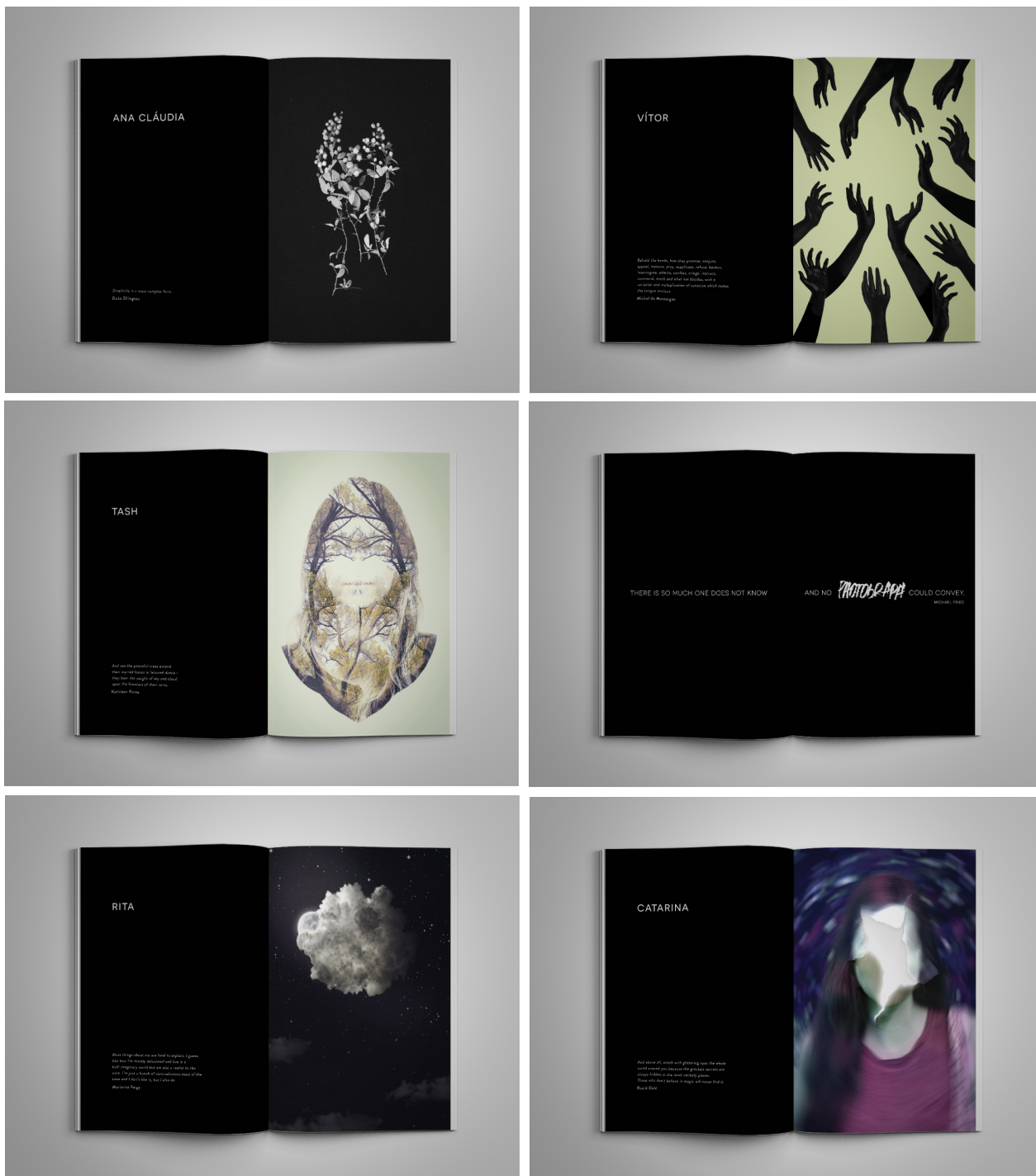


Fig. 49 — Livro *FACE IT* (sequência: pp. 21 a 32)

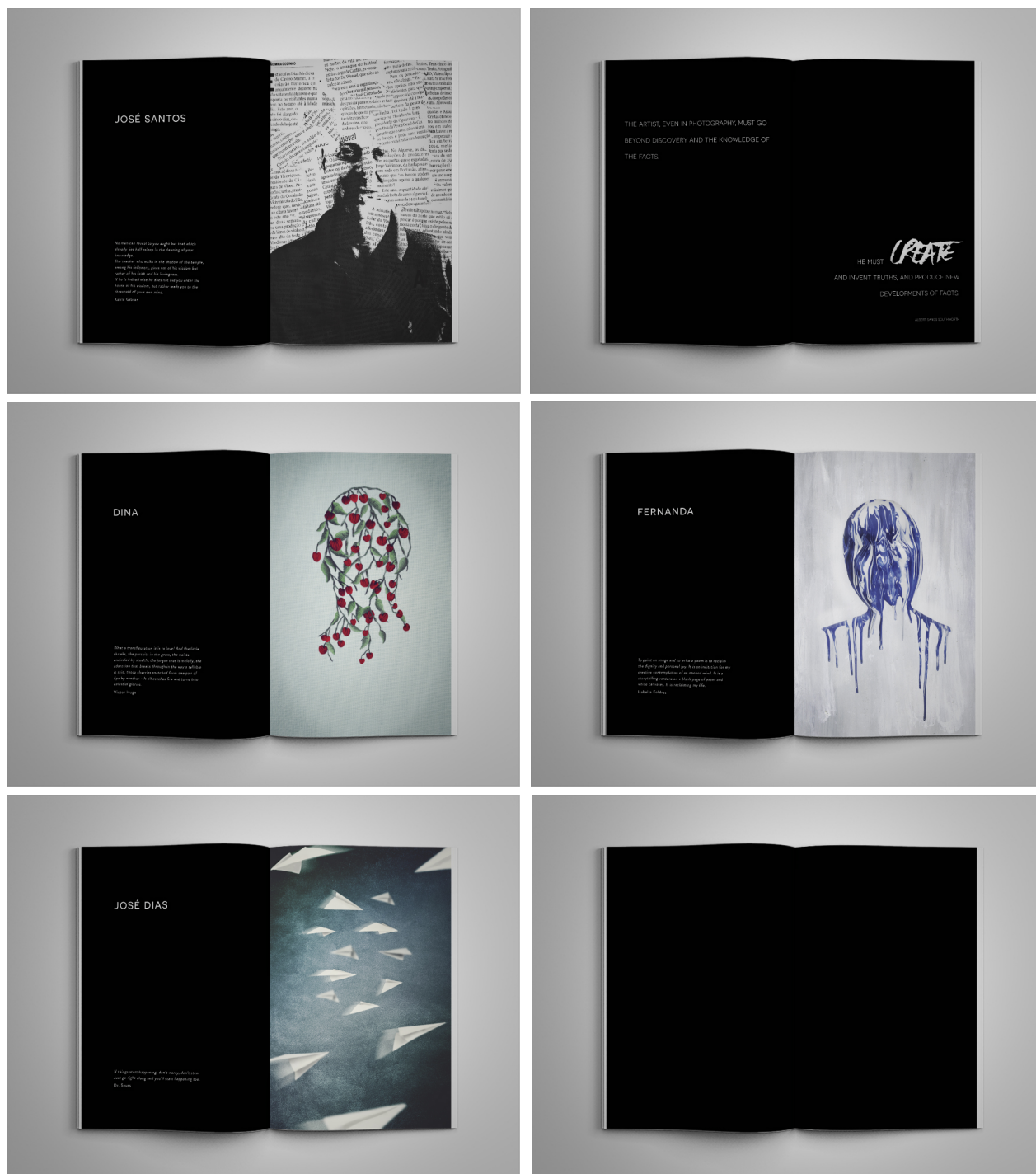


Fig. 50 — Livro *FACE IT* (sequência: pp. 33 a 44)



4.

## CONCLUSÃO



#### 4. CONCLUSÃO

O tema que proporcionou este projeto-tese revelou ser uma vasta fonte de aprendizagem, quer a nível de design visual como na descoberta de outras áreas, como foi o caso das várias noções de psicologia aqui descritas.

O objetivo presente na questão que impulsionou toda a pesquisa teórica e prática foi cumprido com as produções visuais realizadas e com o livro que agrega as mesmas. Cada fotografia demonstrou a realidade visível dos participantes e cada manipulação de imagem procurou, com justificações detalhadas, materializar um pouco da sua personalidade. A justaposição de ambas as facetas foi alcançada com a utilização do papel lenticular no livro e posters *FACE IT*, que, de uma forma pouco convencional, proporcionou interactividade a um objeto que, à partida, seria utilizado para apresentar imagens estáticas.

Os conteúdos aqui estudados provaram ser ricos em informação visual e criativa, consolidando o trabalho desenvolvido e dando forma ao que viriam a ser as imagens manipuladas, com base em traços de personalidade. As dúvidas iniciais sobre o carácter experimental do projeto, no que diz respeito a arriscar interpretações bastante pessoais sobre a forma de ser e de estar de outras pessoas revelou ser um processo de aprendizagem imensamente útil para uma vida profissional futura. Nesse sentido, uma das mais-valias deste projeto foi procurar o balanço entre a adaptação do trabalho criativo a factos teóricos e, ainda assim, não comprometer a minha visão pessoal enquanto designer, na execução das produções.

A nível de técnicas e ferramentas utilizadas, o resultado foi igualmente proveitoso, no sentido em que procurei consolidar e melhorar conhecimentos práticos que já tinha, bem como adquirir novas valências a nível de trabalho manual e de fotografia.

No geral, de um ponto de vista pessoal, conclui que arriscar novos caminhos criativos, mesmo que exista muita tentativa e erro, permitiram-me definir ainda mais quais as minhas valências e limitações e como manter um espírito aberto e de

constante curiosidade, quer pela inovação no design visual como pelo potencial da junção de outras áreas científicas ao plano da criatividade.



5.

## BIBLIOGRAFIA



## 10. BIBLIOGRAFIA

- ADAMS, B. (2007). *Age Maps*. Consultado a 16 de Maio de 2015, a partir de <http://www.bobbyneeladams.com/#!/agemaps/c24k8>
- AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. (s.d.). *Personality Definition*. Consultado a 11 de Fevereiro de 2015, a partir de <http://www.apa.org/topics/personality/>
- BARRETT, T. (2006). *Criticizing Photographs*. Nova Iorque: McGraw-Hill.
- BERGER, J. (1973). *Ways of Seeing*. Londres: British Broadcasting Corporation.
- BRAHNAM, S. (s.d.). *Creating Physical Personalities For Agents with Faces: Modeling Trait Impressions of the Face*. Nova Iorque: The Graduate Center.
- BUTLER, A. (2012). *Phlearn Interviews Joel Robison*. *Phlearn.com*. Consultado a 26 de Maio de 2015, a partir de <http://phlearn.com/phlearn-interviews-joel-robison>
- CALLARD, A. (2009). *The Technique Behind Martin Schoeller's Photography*. *Smithsonian.com*. Consultado a 8 de Abril de 2015, a partir de <http://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/the-technique-behind-martin-schoellers-photography-17906064/?no-ist>
- CHEVALIER, J., & GHEERBRANT, A. (1996). *A Dictionary of Symbols*. Londres: Penguin Books.
- CLONINGER, C. (1999). *Personality and psychopathology*. Washington, DC: American Psychiatric Press, Inc.
- COLEMAN, S., & GROVER, R. (2006). The Anatomy of the Aging Face: Volume Loss and Changes in 3-Dimensional Topography. *Aesthetic Surgery Journal*, pp. S4-S9.
- COLLETTE, ULRIC. (2011). *Ulric Collette | Portrait génétiques*. Consultado a 19 de Maio de 2015, a partir de <http://genetic.ulriccollette.com/>
- CROMEY, D. (2010). Avoiding Twisted Pixels: Ethical Guidelines for the Appropriate Use and Manipulation of Scientific Digital Images. *Science And Engineering Ethics*, 16, 639-667.
- CROW, D. (2006). *Left to Right*. Lausanne: AVA Academia.
- DESIGN IS HISTORY. (s.d.). *Illustration*. Consultado a 24 de Maio de 2015, a partir de <http://www.designishistory.com/design/illustration/>
- EKMAN, P., & FRIESEN, W. (2003). *Unmasking the Face*. Cambridge, MA: Malor Books.
- ELLIS, A., ABRAMS, M., & ABRAMS, L. (2009). *Personality Theories: Critical Perspectives*. Los Angeles: SAGE Publications.

- EVANS, D. (2009). *The Collection | Photomontage*. MoMA. Consultado a 22 de Abril de 2015, a partir de [http://www.moma.org/collection/theme.php?theme\\_id=10158](http://www.moma.org/collection/theme.php?theme_id=10158)
- EXPLORE CREATE REPEAT. (2013). *Joel Robison*. Consultado a 26 de Abril de 2015, a partir de <http://explorecreaterepeat.com/articles/interviews-joel-robison>
- EYSENCK, H. (1992). Four Ways Five Factors Are Not Basic. *Personality And Individual Differences*, 13 (6), 667-673.
- FABULOUS NOBLE. (s.d.). *Illustration VS Photography*. Consultado a 25 de Maio de 2015, a partir de [http://www.fabulousnoble.com/news/feature\\_illustration\\_vs\\_photography](http://www.fabulousnoble.com/news/feature_illustration_vs_photography)
- FISH, C. (2010). *Interview: Martin Schoeller*. Photo Video Edu. Consultado a 8 de Maio de 2015, a partir de <http://www.photovideoedu.com/Learn/Articles/interview-martin-schoeller.aspx>
- FOSTER, H. (1999). *Vision and Visuality*. Nova Iorque: New Press.
- FRIED, M. (2008). *Why Photography Matters as Art as Never Before*. New Haven: Yale University Press.
- GOLDBERG, L. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychologist*, 48 (1).
- HELFAND, J. (2006). Method Designing: The Paradox Of Modern Design Education. In M. Bierut, W. Drenttel & S. Heller, *Looking Closer 5* (1st ed.). Nova Iorque: Allworth Press.
- HELLER, E. (2014). *A psicologia das cores*. São Paulo: Editorial Gustavo Gili.
- HIGHER PICTURES. (s.d.). *Alfred Gescheidt*. Consultado a 23 de Maio de 2015, a partir de <http://higherpictures.com/exhibitions/alfred-gescheidt/>
- HUGHES, V. (2014). *It's Thanks to Evolution That No Two Faces Are Alike, Study Finds*. *National Geographic*. Consultado a 20 de Abril de 2015, a partir de <http://news.nationalgeographic.com/news/2014/09/140916-faces-evolution-cognition-social-recognition-genetics/>
- INFOPÉDIA. (s.d.). *Fotomontagem*. Consultado a 22 de Maio de 2015, a partir de <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/fotomontagem>
- JENKS, C. (1995). *Visual Culture*. Londres: Routledge.
- JOHN, O., & SRIVASTAVA, S. (1999). *The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives*. Berkeley: Department of Psychology University of California, MC.
- JOHN, O., ROBINS, R., & PERVIN, L. (2008). *Handbook of Personality* (3rd ed.). Nova Iorque: The Guilford Press.

- JOHNSON, J. (s.d.). *Short Form for the IPIP-NEO*. Penn State Personal Web Server. Consultado a 15 de Dezembro de 2014, a partir de <http://www.personal.psu.edu/~j5j/IPIP/ipipneo120.htm>
- KIRKBY, M. (2011). *A Victorian Flower Dictionary*. Nova Iorque: Ballantine Books.
- KLEON, A. (2012). *Steal Like an Artist*. Nova Iorque: Workman Publishing Company.
- KNUTSON, B. (1996). Facial Expressions of Emotion Influence Interpersonal Trait Inferences. *Journal Of Nonverbal Behavior*, 20(3), 165-182.
- KRZNARIC, R. (2013). *Have we all been duped by the Myers-Briggs test?*. *Fortune*. Consultado a 11 de Março de 2015, a partir de <http://fortune.com/2013/05/15/have-we-all-been-duped-by-the-myers-briggs-test/>
- LAKE, M. (1999). *An Art Form That's Precise But Friendly Enough to Wink*. The New York Times. Consultado a 8 de Julho de 2015, a partir de <http://www.nytimes.com/1999/05/20/technology/an-art-form-that-s-precise-but-friendly-enough-to-wink.html>
- LAPSLEY, D., & STEY, P. (2011). Id, Ego, and Superego. In *Encyclopedia of Human Behavior*. Elsevier.
- LEWIN, K. (1951). *Field theory in social science: Selected theoretical papers*. Nova Iorque: Harper & Row.
- LOMO-CAMKAGE. (2011). *Double Your Pleasure: Multiple Exposures with Color and Shadow*. *Lomography*. Consultado a 27 de Maio de 2015, a partir de <http://www.lomography.com/magazine/64873-double-your-pleasure-multiple-exposures-with-color-and-shadow>
- LOMOGRAPHY. (s.d.). *A Lomography Guide to Multiple Exposures*. Consultado a 20 de Maio de 2015, a partir de <http://microsites.lomography.com/multiple-exposures/>
- LOW, S. (2012). *Making The Intangible Tangible. The Business of Being Creative*. Consultado a 5 de Maio de 2015, a partir de <http://www.thebusinessofbeingcreative.com/2012/03/07/making-the-intangible-tangible/>
- LUCIUS, R. (s.d.). *Introduction and History of the Five Factor Model. Fitability*. Consultado a 23 de Março de 2015, a partir de <http://news.fitability.com/core/item/page.aspx?s=17622.0.44.24>
- MALAMED, C. (2011). *Visual Language for Designers*. Beverly: Rockport Publishers.
- MARIEN, M. (2006). *Photography: A Cultural History*. Londres: Laurence King.
- MARKGILBERT.CO.UK. (s.d.). *Mark Gilbert: Saving Faces*. Consultado a 18 de Maio de 2015,

a partir de <http://www.markgilbert.co.uk/index.php?/project/saving-faces/>

- MATE, I. (2011). *Interview with Photographer Danny Santos. Photoshop Tutorials*. Consultado a 9 de Maio de 2015, a partir de <http://www.photoshoptutorials.ws/creative-inspirations/photography/interview-with-photographer-danny-santos-ii/>
- MATTHEWS, G., DEARY, I., & WHITEMAN, M. (2009). *Personality Traits* (3rd ed.). Nova Iorque: Cambridge University Press.
- MILLMAN, D. (2007). *How to Think Like a Great Graphic Designer*. Nova Iorque: Allworth Press.
- MONDAK, J. (2010). *Personality and the Foundations of Political Behavior*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- NATIONAL GALLERY OF ART. (s.d.). *DADA - Techniques - Photomontage*. Consultado a 21 de Maio de 2015, a partir de <http://www.nga.gov/exhibitions/2006/dada/techniques/>
- NAUMANN, L., VAZIRE, S., RENTFROW, P., & GOSLING, S. (2009). Personality Judgments Based on Physical Appearance. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 1661-1671.
- NEWRAFAEL.COM (s.d.). *"Everything you see is in the past", My solo show at Postmasters, New York*. Consultado a 9 de Julho de 2015, a partir de <http://www.newrafael.com/everything-you-see-is-in-the-past-my-solo-show-at-postmasters-new-york/>
- NOBLE, I., & BESTLEY, R. (2005). *Visual Research*. Lausanne: AVA.
- OLIVOLA, C., & TODOROV, A. (2010). Fooled by first impressions? Reexamining the diagnostic value of appearance-based inferences. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 46, 315-324.
- O'NOLAN, J. (2009). *The Difference Between Art and Design*. *Webdesigner Depot*. Consultado a 20 de Abril de 2015, a partir de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>
- PARÉS, J. (s.d.). *Judging America. Joel Parés Photography*. Consultado a 27 de Maio de 2015, a partir de <http://www.joelpares.com/judging-america-1/ef234zjy45zajlupnyn0suotzo4350>
- PHOTOGRAPHY MONTHLY. (2014). *An interview with Peter Zelewski, 50mm Category PPOTY 2013 Winner*. Consultado a 9 de Maio de 2015, a partir de <http://www.photographymonthly.com/Features/photography-monthly-articles/an-interview-with-peter-zelewski-50mm-ppoty-2013-winner>
- POULIN, R. (2011). *The Language of Graphic Design*. Beverly: Rockport Publishers.

- PRIBERAM. (s.d.). *Visão no Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Consultado a 10 de Dezembro de 2014, a partir de <http://www.priberam.pt/dlpo/vis%C3%A3o>
- PSYCHOLOGY DICTIONARY (s.d. –a). *Definition of FIRST IMPRESSION*. Consultado a 18 de Maio de 2015, a partir de <http://psychologydictionary.org/first-impression/>
- PSYCHOLOGY DICTIONARY (s.d. –b). *What is LEXICAL HYPOTHESIS?*. Consultado a 5 de Fevereiro de 2015, a partir de <http://psychologydictionary.org/lexical-hypothesis/>
- RONNBERG, A., & MARTIN, K. (2010). *The Book of Symbols*. Koln: Taschen.
- ROSE, G. (2012). *Visual methodologies*. Los Angeles: SAGE Publications.
- ROSEN, C. (2006). The Image Culture. In M. Bierut, W. Drenttel & S. Heller, *Looking Closer 5* (1st ed.). Nova Iorque: Allworth Press.
- SONTAG, S. (1979). *On Photography*. Londres: Penguin.
- STURKEN, M., & CARTWRIGHT, L. (2001). *Practices of Looking*. Oxford: Oxford University Press.
- *TED Talks: Saving Faces*. (2010). TEDGlobal 2010.
- THE ART STORY. *El Lissitzky Biography, Art, and Analysis of Works*. Consultado a 21 de Maio de 2015, a partir de <http://www.theartstory.org/artist-lissitzky-el.htm>
- THE TALKS. (2012). *Martin Schoeller: “No Mr. President, That’s Miles Davis!”*. Consultado a 8 de Maio de 2015, a partir de <http://the-talks.com/interviews/martin-schoeller/>
- THOMAS, J., SEGAL, D., & HERSEN, M. (2006). *Comprehensive Handbook of Personality and Psychopathology*. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons.
- THOMPSON, J. (2012). *Thin Slices & First Impressions*. *Psychology Today*. Consultado a 3 de Abril de 2015, a partir de <https://www.psychologytoday.com/blog/beyond-words/201203/thin-slices-first-impressions>
- TUFTE, E. (1997). *Visual Explanations*. Cheshire, Connecticut: Graphics Press.
- VAN LEEUWEN, T. (2011). *The Language of Colour*. Londres: Routledge.
- VILAS-BOAS, A. (2010). *O que é a cultura visual?*. Porto: AVB.
- VOYATZIS, C. (2012). *Matt Wisniewski and The Stuff of Dreams*. *Yatzer.com*. Consultado a 26 de Maio de 2015, a partir de <http://www.yatzer.com/Matt-Wisniewski-talks-to-yatzer>
- WAGNER, M. (2008). *Why Mood Boards Matter*. *Webdesigner Depot*. Consultado a 6 de Março de 2015, a partir de <http://www.webdesignerdepot.com/2008/12/why-mood-boards-matter/>

- WALLACH, L. (2012). *Art 101: A Cut-Down History of Collage*. *Artspace*. Consultado a 28 de Maio de 2015, a partir de [http://www.artspace.com/magazine/art\\_101/art\\_101\\_collage](http://www.artspace.com/magazine/art_101/art_101_collage)
- WASSERMAN, T. (2013). *Billboard Shows Different Messages for Kids and Adults*. *Mashable*. Consultado a 25 de Junho de 2015, a partir de <http://mashable.com/2013/05/06/billboard-message-children-lenticular/#8xBJIDFsbmko>
- WILLIS, J., & TODOROV, A. (2006). First Impressions. *Association For Psychological Science*, 17(7), 592-598.



6.

—

ANEXOS



**Primeira Parte**

Questões de Resposta Livre

1. O que é que o(a) torna único(a)?
2. Trabalha para viver ou vive para trabalhar?
3. Qual a sua maior virtude e o pior defeito?
4. Qual é a sua maior fonte de motivação?
5. Se pudesse mudar algo na sua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e porquê?
6. Qual é o seu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como *hobby*?
7. Qual é, para si, o sentido da vida?  
(Quer da vida em geral ou da sua vida em particular)
8. Qual é a sua citação favorita? Porquê?  
(Quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)

## Segunda Parte

Teste *International Personality Item Pool Representation of the NEO PI-R™*

Questões	Quase Nunca	Raramente	Esporadicamente	Frequente-mente	Quase Sempre
Preocupo-me com facilidade.					
Faço amigos com facilidade.					
Tenho uma imaginação fértil.					
Confio nos outros.					
Completo tarefas com sucesso.					
Irrito-me facilmente.					
Gosto de grandes festas.					
Acredito na importância da Arte.					
Sou capaz de usar outros para meu benefício.					
Gosto de arrumações.					
Sinto-me melancólico constantemente.					
Sou líder.					
Vivo intensamente as minhas emoções.					
Gosto de ajudar os outros.					
Sou fiel às promessas que faço.					
É-me difícil aproximar-me dos outros.					
Estou sempre ocupado(a).					
Prefiro mudança a rotina.					
Aprecio uma boa discussão.					
Sou uma pessoa muito trabalhadora.					

Questões	Quase Nunca	Raramente	Esporadicamente	Frequentemente	Quase Sempre
Consigo ser exagerado(a).					
Gosto de entusiasmo.					
Gosto de leituras desafiantes.					
Acredito ser melhor que os outros.					
Estou sempre preparado(a).					
Entro em pânico com facilidade.					
Emano alegria.					
Sou uma pessoa liberal.					
Simpatizo com os sem-abrigo.					
Faço coisas sem pensar.					
Temo sempre o pior.					
Sinto-me confortável rodeado(a) de outras pessoas.					
Sou muito fantasioso(a).					
Acredito que os outros têm boas intenções.					
Tento sempre melhorar-me naquilo que faço.					
Irrito-me com facilidade.					
Falo com muitas pessoas em festas.					
Sou capaz de ver beleza onde normalmente mais ninguém a vê.					
Sou capaz de fazer batota para chegar onde quero.					
Esqueço-me frequentemente de voltar a colocar as coisas no seu devido lugar.					
Não gosto de mim.					
Tento mandar nos outros.					

Questões	Quase Nunca	Raramente	Esporadicamente	Frequente-mente	Quase Sempre
Consigo “pôr-me na pele” dos outros.					
Preocupo-me com os outros.					
Digo a verdade.					
Tenho receio de chamar a atenção para mim mesmo(a).					
Procuro manter-me ocupado(a).					
Opto sempre por aquilo que já conheço.					
Grito com as pessoas.					
Faço mais do que é esperado de mim.					
Raramente cometo excessos.					
Procuro aventura.					
Evito discussões filosóficas.					
Tenho-me em boa consideração.					
Realizo os meus planos.					
Deixo-me dominar por determinadas situações.					
Consigo divertir-me muito.					
Acredito que não há “certo” ou “errado” absolutos.					
Simpatizo com quem está numa situação pior que a minha.					
Tomo decisões precipitadas.					
Tenho muitos receios.					
Evito contacto com os outros.					
Gosto de sonhar acordado(a).					
Confio no que as pessoas dizem.					

Questões	Quase Nunca	Raramente	Esporadicamente	Frequente-mente	Quase Sempre
Lido calmamente com qualquer tarefa.					
Perco facilmente a paciência.					
Prefiro estar sozinho(a).					
Não gosto de poesia.					
Aproveito-me dos outros.					
Tenho o quarto desarrumado.					
Sinto-me constantemente desmotivado.					
Assumo o controlo da maioria das situações.					
Raramente presto atenção às minhas reacções emocionais.					
Sou indiferente aos sentimentos dos outros.					
Quebro regras.					
Só me sinto verdadeiramente confortável com os meus amigos.					
Sou muito produtivo(a) no meu tempo livre.					
Não gosto de mudança.					
Insulto os outros.					
Trabalho apenas o suficiente para sobreviver.					
Resisto a tentações com facilidade.					
Gosto de ser imprudente.					
Tenho dificuldade em compreender ideias abstractas.					
Ponho-me num pedestal.					
Desperdiço o meu tempo.					
Sinto que não sei lidar com a maioria das situações.					

Questões	Quase Nunca	Raramente	Esporadica-mente	Frequente-mente	Quase Sempre
Adoro a vida.					
Sou uma pessoa conservadora.					
Não estou interessado(a) nos problemas dos outros.					
Não penso antes de agir.					
Entro em stress com facilidade.					
Distancio-me dos outros.					
Gosto de me perder nos meus pensamentos.					
Desconfio das pessoas.					
Sei como “pôr mãos à obra”.					
Não me indigno com facilidade.					
Evito multidões.					
Não aprecio visitar museus de Arte.					
Difículto os planos dos outros.					
Deixo os meus pertences espalhados em qualquer sítio.					
Sinto-me confortável na minha pele.					
Espero que outros liderem o caminho.					
Não entendo pessoas que se emocionam muito.					
Não tenho tempo para os outros.					
Quebro as minhas promessas.					
Não me incomodam situações sociais complicadas.					
Gosto de levar as coisas com calma.					
Sou apegado(a) a cenários convencionais.					



Questões	Quase Nunca	Raramente	Esporadicamente	Frequente-mente	Quase Sempre
Sou vingativo(a).					
Dedico-me pouco ao meu trabalho.					
Sou capaz de controlar as minhas ânsias.					
Sou espontâneo(a) e descontrolado(a).					
Não me interessa discutir a teoria.					
Gabo-me das minhas virtudes.					
Tenho dificuldade em começar tarefas.					
Mantenho-me calmo(a) debaixo de pressão.					
Sou optimista.					
Acredito em “mão pesada” no combate ao crime.					
Tento não pensar em quem mais precisa.					
Costumo agir sem pensar.					



## IPIP-NEO Narrative Report

**NOTE:** The report sent to your computer screen upon the completion of the IPIP-NEO is only a temporary web page. When you exit your web browser you will not be able to return to this URL to re-access your report. No copies of the report are sent to anyone. **IF YOU WANT A PERMANENT COPY OF THE REPORT, YOU MUST SAVE THE WEB PAGE TO YOUR HARD DRIVE OR A DISKETTE, AND/OR PRINT THE REPORT WHILE YOU ARE STILL VIEWING IT IN YOUR WEB BROWSER.** If you choose to save your report, naming it with an .htm extension (example: *Myreport.htm*) as you save it may help you to read it into a web browser later. If you choose to print the report, selecting landscape orientation for your paper will display the graphs properly. Using portrait orientation (normally the default for printers) will cause the graphs to wrap around and render them unreadable.

This report compares Vítor from the country Mozambique to other men between 41 and 60 years of age. (The name used in this report is either a nickname chosen by the person taking the test, or, if a valid nickname was not chosen, a random nickname generated by the program.)

This report estimates the individual's level on each of the five broad personality domains of the Five-Factor Model. The description of each one of the five broad domains is followed by a more detailed description of personality according to the six subdomains that comprise each domain.

*A note on terminology.* Personality traits describe, relative to other people, the frequency or intensity of a person's feelings, thoughts, or behaviors. Possession of a trait is therefore a matter of degree. We might describe two individuals as *extraverts*, but still see one as more extraverted than the other. This report uses expressions such as "extravert" or "high in extraversion" to describe someone who is likely to be seen by others as relatively extraverted. The computer program that generates this report classifies you as low, average, or high in a trait according to whether your score is approximately in the lowest 30%, middle 40%, or highest 30% of scores obtained by people of your sex and roughly your age. Your numerical scores are reported and graphed as *percentile estimates*. For example, a score of "60" means that your level on that trait is estimated to be higher than 60% of persons of your sex and age.

Please keep in mind that "low," "average," and "high" scores on a personality test are neither absolutely good nor bad. A particular level on any trait will probably be neutral or irrelevant for a great many activities, be helpful for accomplishing some things, and detrimental for accomplishing other things. As with any personality inventory, scores and descriptions can only approximate an individual's actual personality. High and low score descriptions are usually accurate, but average scores close to the low or high boundaries might misclassify you as only average. On each set of six subdomain scales it is somewhat uncommon but certainly possible to score high in some of the subdomains and low in the others. In such cases more attention should be paid to the subdomain scores than to the broad domain score. Questions about the accuracy of your results are best resolved by showing your report to people who know you well.

John A. Johnson wrote descriptions of the five domains and thirty subdomains. These descriptions are based on an extensive reading of the scientific literature on personality measurement. Although Dr. Johnson would like to be acknowledged as the author of these materials if they are reproduced, he has placed them in the public domain.

### Extraversion

Extraversion is marked by pronounced engagement with the external world. Extraverts enjoy being with people, are full of energy, and often experience positive emotions. They tend to be enthusiastic, action-oriented, individuals who are likely to say "Yes!" or "Let's go!" to opportunities for excitement. In groups they like to talk, assert themselves, and draw attention to themselves.

Introverts lack the exuberance, energy, and activity levels of extraverts. They tend to be quiet, low-key, deliberate, and disengaged from the social world. Their lack of social involvement should not be interpreted as shyness or depression; the introvert simply needs less stimulation than an extravert and prefers to be alone. The independence and reserve of the introvert is sometimes mistaken as unfriendliness or arrogance. In reality, an introvert who scores high on the agreeableness dimension will not seek others out but will be quite pleasant when approached.

```
Domain/Facet..... Score 0-----10-----20-----30-----40-----50-----60-----70-----80-----
-90-----99

EXTRAVERSION.....78 *****

..Friendliness.....66 *****

..Gregariousness.....55 *****

..Assertiveness.....50 *****

..Activity Level.....86 *****

..Excitement-Seeking.....73 *****

..Cheerfulness.....86 *****
```

Your score on Extraversion is high, indicating you are sociable, outgoing, energetic, and lively. You prefer to be around people much of the time.

## Extraversion Facets

- *Friendliness*. Friendly people genuinely like other people and openly demonstrate positive feelings toward others. They make friends quickly and it is easy for them to form close, intimate relationships. Low scorers on Friendliness are not necessarily cold and hostile, but they do not reach out to others and are perceived as distant and reserved. Your level of friendliness is average.
- *Gregariousness*. Gregarious people find the company of others pleasantly stimulating and rewarding. They enjoy the excitement of crowds. Low scorers tend to feel overwhelmed by, and therefore actively avoid, large crowds. They do not necessarily dislike being with people sometimes, but their need for privacy and time to themselves is much greater than for individuals who score high on this scale. Your level of gregariousness is average.
- *Assertiveness*. High scorers Assertiveness like to speak out, take charge, and direct the activities of others. They tend to be leaders in groups. Low scorers tend not to talk much and let others control the activities of groups. Your level of assertiveness is average.
- *Activity Level*. Active individuals lead fast-paced, busy lives. They move about quickly, energetically, and vigorously, and they are involved in many activities. People who score low on this scale follow a slower and more leisurely, relaxed pace. Your activity level is high.
- *Excitement-Seeking*. High scorers on this scale are easily bored without high levels of stimulation. They love bright lights and hustle and bustle. They are likely to take risks and seek thrills. Low scorers are overwhelmed by noise and commotion and are adverse to thrill-seeking. Your level of excitement-seeking is high.
- *Cheerfulness*. This scale measures positive mood and feelings, not negative emotions (which are a part of the Neuroticism domain). Persons who score high on this scale typically experience a range of positive feelings, including happiness, enthusiasm, optimism, and joy. Low scorers are not as prone to such energetic, high spirits. Your level of positive emotions is high.

# Agreeableness

Agreeableness reflects individual differences in concern with cooperation and social harmony. Agreeable individuals value getting along with others. They are therefore considerate, friendly, generous, helpful, and willing to compromise their interests with others'. Agreeable people also have an optimistic view of human nature. They believe people are basically honest, decent, and trustworthy.

Disagreeable individuals place self-interest above getting along with others. They are generally unconcerned with others' well-being, and therefore are unlikely to extend themselves for other people. Sometimes their skepticism about others' motives causes them to be suspicious, unfriendly, and uncooperative.

Agreeableness is obviously advantageous for attaining and maintaining popularity. Agreeable people are better liked than disagreeable people. On the other hand, agreeableness is not useful in situations that require tough or absolute objective decisions. Disagreeable people can make excellent scientists, critics, or soldiers.

```
Domain/Facet..... Score 0-----10-----20-----30-----40-----50-----60-----70-----80-----
-90-----99

AGREEABLENESS.....80 *****

..Trust.....45 *****

..Morality.....63 *****

..Altruism.....87 *****

..Cooperation.....64 *****

..Modesty.....80 *****

..Sympathy.....79 *****
```

Your high level of Agreeableness indicates a strong interest in others' needs and well-being. You are pleasant, sympathetic, and cooperative.

## Agreeableness Facets

- *Trust*. A person with high trust assumes that most people are fair, honest, and have good intentions. Persons low in trust see others as selfish, devious, and potentially dangerous. Your level of trust is average.
- *Morality*. High scorers on this scale see no need for pretense or manipulation when dealing with others and are therefore candid, frank, and sincere. Low scorers believe that a certain amount of deception in social relationships is necessary. People find it relatively easy to relate to the straightforward high-scorers on this scale. They generally find it more difficult to relate to the unstraightforward low-scorers on this scale. It should be made clear that low scorers are not unprincipled or immoral; they are simply more guarded and less willing to openly reveal the whole truth. Your level of morality is average.
- *Altruism*. Altruistic people find helping other people genuinely rewarding. Consequently, they are generally willing to assist those who are in need. Altruistic people find that doing things for others is a form of self-fulfillment rather than self-sacrifice. Low scorers on this scale do not particularly like helping those in need. Requests for help feel like an imposition rather than an opportunity for self-fulfillment. Your level of altruism is high.
- *Cooperation*. Individuals who score high on this scale dislike confrontations. They are perfectly willing to compromise or to deny their own needs in order to get along with others. Those who score low on this scale are more likely to intimidate others to get their way. Your level of

compliance is average.

- *Modesty*. High scorers on this scale do not like to claim that they are better than other people. In some cases this attitude may derive from low self-confidence or self-esteem. Nonetheless, some people with high self-esteem find immodesty unseemly. Those who are willing to describe themselves as superior tend to be seen as disagreeably arrogant by other people. Your level of modesty is high.
- *Sympathy*. People who score high on this scale are tenderhearted and compassionate. They feel the pain of others vicariously and are easily moved to pity. Low scorers are not affected strongly by human suffering. They pride themselves on making objective judgments based on reason. They are more concerned with truth and impartial justice than with mercy. Your level of tender-mindedness is high.

## Conscientiousness

Conscientiousness concerns the way in which we control, regulate, and direct our impulses. Impulses are not inherently bad; occasionally time constraints require a snap decision, and acting on our first impulse can be an effective response. Also, in times of play rather than work, acting spontaneously and impulsively can be fun. Impulsive individuals can be seen by others as colorful, fun-to-be-with, and zany.

Nonetheless, acting on impulse can lead to trouble in a number of ways. Some impulses are antisocial. Uncontrolled antisocial acts not only harm other members of society, but also can result in retribution toward the perpetrator of such impulsive acts. Another problem with impulsive acts is that they often produce immediate rewards but undesirable, long-term consequences. Examples include excessive socializing that leads to being fired from one's job, hurling an insult that causes the breakup of an important relationship, or using pleasure-inducing drugs that eventually destroy one's health.

Impulsive behavior, even when not seriously destructive, diminishes a person's effectiveness in significant ways. Acting impulsively disallows contemplating alternative courses of action, some of which would have been wiser than the impulsive choice. Impulsivity also sidetracks people during projects that require organized sequences of steps or stages. Accomplishments of an impulsive person are therefore small, scattered, and inconsistent.

A hallmark of intelligence, what potentially separates human beings from earlier life forms, is the ability to think about future consequences before acting on an impulse. Intelligent activity involves contemplation of long-range goals, organizing and planning routes to these goals, and persisting toward one's goals in the face of short-lived impulses to the contrary. The idea that intelligence involves impulse control is nicely captured by the term *prudence*, an alternative label for the Conscientiousness domain. Prudent means both wise and cautious. Persons who score high on the Conscientiousness scale are, in fact, perceived by others as intelligent.

The benefits of high conscientiousness are obvious. Conscientious individuals avoid trouble and achieve high levels of success through purposeful planning and persistence. They are also positively regarded by others as intelligent and reliable. On the negative side, they can be compulsive perfectionists and workaholics. Furthermore, extremely conscientious individuals might be regarded as stuffy and boring. Unconscientious people may be criticized for their unreliability, lack of ambition, and failure to stay within the lines, but they will experience many short-lived pleasures and they will never be called stuffy.

Domain/Facet..... Score 0-----10-----20-----30-----40-----50-----60-----70-----80-----  
-90-----99

CONSCIENTIOUSNESS.....54 \*\*\*\*\*

..Self-Efficacy.....46 \*\*\*\*\*

..Orderliness.....47 \*\*\*\*\*

..Dutifulness.....42 \*\*\*\*\*

..Achievement-Striving....55 \*\*\*\*\*

..Self-Discipline.....38 \*\*\*\*\*

..Cautiousness.....80 \*\*\*\*\*

Your score on Conscientiousness is average. This means you are reasonably reliable, organized, and self-controlled.

## Conscientiousness Facets

- *Self-Efficacy*. Self-Efficacy describes confidence in one's ability to accomplish things. High scorers believe they have the intelligence (common sense), drive, and self-control necessary for achieving success. Low scorers do not feel effective, and may have a sense that they are not in control of their lives. Your level of self-efficacy is average.
- *Orderliness*. Persons with high scores on orderliness are well-organized. They like to live according to routines and schedules. They keep lists and make plans. Low scorers tend to be disorganized and scattered. Your level of orderliness is average.
- *Dutifulness*. This scale reflects the strength of a person's sense of duty and obligation. Those who score high on this scale have a strong sense of moral obligation. Low scorers find contracts, rules, and regulations overly confining. They are likely to be seen as unreliable or even irresponsible. Your level of dutifulness is average.
- *Achievement-Striving*. Individuals who score high on this scale strive hard to achieve excellence. Their drive to be recognized as successful keeps them on track toward their lofty goals. They often have a strong sense of direction in life, but extremely high scores may be too single-minded and obsessed with their work. Low scorers are content to get by with a minimal amount of work, and might be seen by others as lazy. Your level of achievement striving is average.
- *Self-Discipline*. Self-discipline-what many people call will-power-refers to the ability to persist at difficult or unpleasant tasks until they are completed. People who possess high self-discipline are able to overcome reluctance to begin tasks and stay on track despite distractions. Those with low self-discipline procrastinate and show poor follow-through, often failing to complete tasks-even tasks they want very much to complete. Your level of self-discipline is average.
- *Cautiousness*. Cautiousness describes the disposition to think through possibilities before acting. High scorers on the Cautiousness scale take their time when making decisions. Low scorers often say or do first thing that comes to mind without deliberating alternatives and the probable consequences of those alternatives. Your level of cautiousness is high.

## Neuroticism

Freud originally used the term *neurosis* to describe a condition marked by mental distress, emotional suffering, and an inability to cope effectively with the normal demands of life. He suggested that everyone shows some signs of neurosis, but that we differ in our degree of suffering and our specific symptoms of distress. Today neuroticism refers to the tendency to experience negative feelings. Those who score high on Neuroticism may experience primarily one specific negative feeling such as anxiety, anger, or depression, but are likely to experience several of these emotions. People high in neuroticism are emotionally reactive. They respond emotionally to events that would not affect most people, and their reactions tend to be more intense than normal. They are more likely to interpret ordinary situations as threatening, and minor frustrations as hopelessly difficult. Their negative emotional reactions tend to persist for unusually long periods of time, which means they are often in a bad mood. These problems in emotional regulation can diminish a neurotic's ability to think clearly, make decisions, and cope effectively with stress.

At the other end of the scale, individuals who score low in neuroticism are less easily upset and are less emotionally reactive. They tend to be calm, emotionally stable, and free from persistent negative feelings. Freedom from negative feelings does not mean that low scorers experience a lot of positive feelings; frequency of positive emotions is a component of the Extraversion domain.

Domain/Facet..... Score 0-----10-----20-----30-----40-----50-----60-----70-----80-----  
 -90-----99

NEUROTICISM.....47 \*\*\*\*\*

..Anxiety.....42 \*\*\*\*\*

..Anger.....61 \*\*\*\*\*

..Depression.....18 \*\*\*\*\*

..Self-Consciousness.....61 \*\*\*\*\*

..Immoderation.....57 \*\*\*\*\*

..Vulnerability.....52 \*\*\*\*\*

Your score on Neuroticism is average, indicating that your level of emotional reactivity is typical of the general population. Stressful and frustrating situations are somewhat upsetting to you, but you are generally able to get over these feelings and cope with these situations.

## Neuroticism Facets

- *Anxiety*. The "fight-or-flight" system of the brain of anxious individuals is too easily and too often engaged. Therefore, people who are high in anxiety often feel like something dangerous is about to happen. They may be afraid of specific situations or be just generally fearful. They feel tense, jittery, and nervous. Persons low in Anxiety are generally calm and fearless. Your level of anxiety is average.
- *Anger*. Persons who score high in Anger feel enraged when things do not go their way. They are sensitive about being treated fairly and feel resentful and bitter when they feel they are being cheated. This scale measures the tendency to *feel* angry; whether or not the person *expresses* annoyance and hostility depends on the individual's level on Agreeableness. Low scorers do not get angry often or easily. Your level of anger is average.
- *Depression*. This scale measures the tendency to feel sad, dejected, and discouraged. High scorers lack energy and have difficult initiating activities. Low scorers tend to be free from these depressive feelings. Your level of depression is low.
- *Self-Consciousness*. Self-conscious individuals are sensitive about what others think of them. Their concern about rejection and ridicule cause them to feel shy and uncomfortable around others. They are easily embarrassed and often feel ashamed. Their fears that others will criticize or make fun of them are exaggerated and unrealistic, but their awkwardness and discomfort may make these fears a self-fulfilling prophecy. Low scorers, in contrast, do not suffer from the mistaken impression that everyone is watching and judging them. They do not feel nervous in social situations. Your level of self-consciousness is average.
- *Immoderation*. Immoderate individuals feel strong cravings and urges that they have difficulty resisting. They tend to be oriented toward short-term pleasures and rewards rather than long-term consequences. Low scorers do not experience strong, irresistible cravings and consequently do not find themselves tempted to overindulge. Your level of immoderation is average.
- *Vulnerability*. High scorers on Vulnerability experience panic, confusion, and helplessness when under pressure or stress. Low scorers feel more poised, confident, and clear-thinking when stressed. Your level of vulnerability is average.

## Openness to Experience



Openness to Experience describes a dimension of cognitive style that distinguishes imaginative, creative people from down-to-earth, conventional people. Open people are intellectually curious, appreciative of art, and sensitive to beauty. They tend to be, compared to closed people, more aware of their feelings. They tend to think and act in individualistic and nonconforming ways. Intellectuals typically score high on Openness to Experience; consequently, this factor has also been called *Culture* or *Intellect*. Nonetheless, Intellect is probably best regarded as one aspect of openness to experience. Scores on Openness to Experience are only modestly related to years of education and scores on standard intelligent tests.

Another characteristic of the open cognitive style is a facility for thinking in symbols and abstractions far removed from concrete experience. Depending on the individual's specific intellectual abilities, this symbolic cognition may take the form of mathematical, logical, or geometric thinking, artistic and metaphorical use of language, music composition or performance, or one of the many visual or performing arts. People with low scores on openness to experience tend to have narrow, common interests. They prefer the plain, straightforward, and obvious over the complex, ambiguous, and subtle. They may regard the arts and sciences with suspicion, regarding these endeavors as abstruse or of no practical use. Closed people prefer familiarity over novelty; they are conservative and resistant to change.

Openness is often presented as healthier or more mature by psychologists, who are often themselves open to experience. However, open and closed styles of thinking are useful in different environments. The intellectual style of the open person may serve a professor well, but research has shown that closed thinking is related to superior job performance in police work, sales, and a number of service occupations.

```

Domain/Facet..... Score 0-----10-----20-----30-----40-----50-----60-----70-----80-----
-90-----99

OPENNESS TO EXPERIENCE.....41 *****

..Imagination.....53 *****

..Artistic Interests.....80 *****

..Emotionality.....75 *****

..Adventurousness.....15 *****

..Intellect.....10 *****

..Liberalism.....40 *****

```

Your score on Openness to Experience is average, indicating you enjoy tradition but are willing to try new things. Your thinking is neither simple nor complex. To others you appear to be a well-educated person but not an intellectual.

## Openness Facets

- *Imagination.* To imaginative individuals, the real world is often too plain and ordinary. High scorers on this scale use fantasy as a way of creating a richer, more interesting world. Low scorers are on this scale are more oriented to facts than fantasy. Your level of imagination is average.
- *Artistic Interests.* High scorers on this scale love beauty, both in art and in nature. They become easily involved and absorbed in artistic and natural events. They are not necessarily artistically trained nor talented, although many will be. The defining features of this scale are *interest in*, and *appreciation of* natural and artificial beauty. Low scorers lack aesthetic sensitivity and interest in the arts. Your level of artistic interests is high.
- *Emotionality.* Persons high on Emotionality have good access to and awareness of their own feelings. Low scorers are less aware of their feelings and tend not to express their emotions

openly. Your level of emotionality is high.

- *Adventurousness*. High scorers on adventurousness are eager to try new activities, travel to foreign lands, and experience different things. They find familiarity and routine boring, and will take a new route home just because it is different. Low scorers tend to feel uncomfortable with change and prefer familiar routines. Your level of adventurousness is low.
- *Intellect*. Intellect and artistic interests are the two most important, central aspects of openness to experience. High scorers on Intellect love to play with ideas. They are open-minded to new and unusual ideas, and like to debate intellectual issues. They enjoy riddles, puzzles, and brain teasers. Low scorers on Intellect prefer dealing with either people or things rather than ideas. They regard intellectual exercises as a waste of time. Intellect should not be equated with intelligence. Intellect is an intellectual style, not an intellectual ability, although high scorers on Intellect score slightly higher than low-Intellect individuals on standardized intelligence tests. Your level of intellect is low.
- *Liberalism*. Psychological liberalism refers to a readiness to challenge authority, convention, and traditional values. In its most extreme form, psychological liberalism can even represent outright hostility toward rules, sympathy for law-breakers, and love of ambiguity, chaos, and disorder. Psychological conservatives prefer the security and stability brought by conformity to tradition. Psychological liberalism and conservatism are not identical to political affiliation, but certainly incline individuals toward certain political parties. Your level of liberalism is average.

# ANA CLÁUDIA

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

A forma como vejo o mundo numa perspectiva perfeccionista, mas que ao mesmo tempo procura tudo o que há de bom nas coisas. A minha vontade de me melhorar a mim mesma a todos os níveis, mas principalmente a simplicidade com que vivo as situações da vida e a profundidade com que me entrego a quem gosto.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Sempre um pouco de ambas claro, mas vivo para trabalhar. Não há nada melhor no mundo do que fazermos profissionalmente aquilo de que gostamos, nada se torna numa obrigação, é um prazer.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Virtude – honestidade.

Defeito - o criar expectativas, esperar sempre duma pessoa, no mínimo, aquilo que eu estaria disposta a fazer também.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

A minha maior fonte de motivação é o querer ter a minha vida com uma sensação de liberdade e realização, ter uma família o meu trabalho e o meu espaço.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Mudaria a confiança que depus em muitas pessoas que me desiludiram. Mas apesar de tudo, se calhar até não mudava nada, pois foram essas experiências e situações mais ou menos desagradáveis, entre outras, que fizeram de mim o que sou hoje e me fizeram crescer, ser esta pessoa da qual me orgulho de ter tornado.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

Trabalho prático na área de arquitectura, desenho, pintura, fotografia e todo este tipo de arte.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?**

**(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

Para mim, o sentido da vida acho que é não só estar satisfeitos com nós próprios. Também com o nosso percurso neste mundo, como saber que conseguimos fazer, pelo menos por um bocadinho, mais felizes todos aqueles de quem gostamos e que são importantes para nós. Acho que o mais importante é saber que fizemos diferença na vida de alguém.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?**

**(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

'A good architect works slowly', um bom arquitecto trabalha devagar, de Siza Vieira. Porque acho que a vida deve ser levada com tranquilidade e devagar, ser vivida e apreciar cada momento e quem o conseguir fazer irá sentir se completo e bem, isso é o melhor que se pode ter.

# ANA CLÁUDIA

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 38%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## A FABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 79%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 95%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 43%



ANSIEDADE



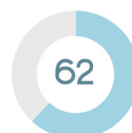
RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 66%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO



# CATARINA

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

A minha capacidade de abraçar e gostar muito do diferente.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Trabalho para viver.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Dedicação/Impulsividade.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

Família.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

A morte do meu primo porque não teve a oportunidade de viver plenamente e de ser feliz.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como *hobby*?**

Arte. Procuo a arte em tudo o que faço, em tudo o que vejo e em tudo o que conheço.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

Crescer com os erros, aprender a cada instante e conquistar o equilíbrio emocional e físico. Dar-me ao mundo, com verdade.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

“Se puderes olhar, vê. Se puderes ver, repara.” – José Saramago

# CATARINA

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 40%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



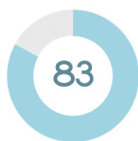
ALEGRIA

## AFABILIDADE

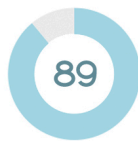
PERCENTAGEM GERAL: 77%



CONFIANÇA



MORAL



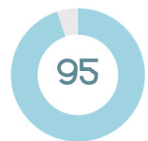
ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 43%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 78%



ANSIEDADE



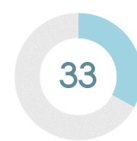
RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 94%



IMAGINAÇÃO



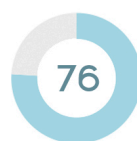
INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO



## **ANEXO E – Respostas e resultados do teste de Dina**

# DINA

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

A participante recusou divulgar publicamente a primeira parte do seu teste, daí que não figure este espaço e que não tenha sido levada em conta na manipulação fotográfica realizada.

# DINA

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 89%



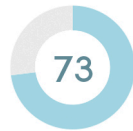
AMIZADE  
AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 37%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUIÍSMO



COOPERAÇÃO



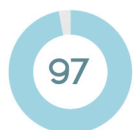
MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 97%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 36%



ANSIEDADE



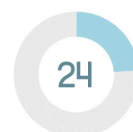
RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 43%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

# FERNANDA

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que a torna única?**

O Amor à família.

**2. Trabalha para viver ou vive para trabalhar?**

Trabalho para viver.

**3. Qual a sua maior virtude e o pior defeito?**

Sou leal. Acredito demasiado nos outros.

**4. Qual é a sua maior fonte de motivação?**

Acredito que todos nós quando nascemos temos uma missão. Esta é muitas vezes procurada até a encontrarmos. O Amor à Vida é sem dúvida a minha motivação.

**5. Se pudesse mudar algo na sua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Talvez tivesse conseguido desfrutar mais momentos de lazer com pessoas que já partiram e que me eram muito importantes.

**6. Qual é o seu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como *hobby*?**

Pintura e tudo o que lhe esteja associado.

**7. Qual é, para si, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da sua vida em particular)**

Tentarmos alcançar alguma perfeição. Passarmos à geração seguinte valores de respeito e muito amor.

**8. Qual é a sua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

“Quando vejo uma criança, ela inspira-me dois sentimentos: ternura pelo que é, respeito pelo que virá a ser.”

# FERNANDA

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 40%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 68%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 77%



AUTO-EFICÁCIA



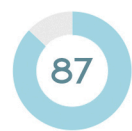
SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 55%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 87%



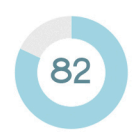
IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

# ISABEL GOMES

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que a torna única?**

A minha habilidade em desenhar é partilhada com outras pessoas. Não tenho nada meu. Eu sou do mundo. Há muita gente que tem as mesmas características que eu.

**2. Trabalha para viver ou vive para trabalhar?**

Trabalho para viver, senão não trabalhava. Fazia apenas aquilo que gostasse. Aquilo de que gosto (pintar, desenhar) não considero como trabalho.

**3. Qual a sua maior virtude e o pior defeito?**

Pior defeito – ser arrogante quando chateada. Maior virtude – conseguir gostar muito das pessoas.

**4. Qual é a sua maior fonte de motivação?**

São os meus filhos e as artes. Tudo o que é bonito é uma motivação. Preciso de ver coisas bonitas.

**5. Se pudesse mudar algo na sua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Teria ido para a faculdade, porque provavelmente não estaria a trabalhar. Estaria a fazer aquilo de que gosto, como por exemplo decoração ou algo relacionado com artes. Tornava as coisas mais bonitas, tornava a vida mais fácil.

**6. Qual é o seu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

Tudo o que tenha a ver com artes, dependendo da motivação no momento.

**7. Qual é, para si, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da sua vida em particular)**

Deveria ser poder ser quem somos, sem julgamentos. Fazer aquilo que achas que deves fazer. Ver e conhecer tudo, lugares e outras pessoas, sem magoar ninguém (o que é difícil). É poderes ser tu.

**8. Qual é a sua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

Antigamente seria “querer é poder”. Agora é mais importante “façam o favor de ser felizes”.

# ISABEL GOMES

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 63%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## A FABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 86%



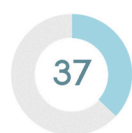
CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 40%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 66%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 95%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

# ISABEL MACHADO

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

O que me torna única, se torna, é a capacidade de imaginar e inventar novos caminhos, assim como a persistência. Não gosto de estar parada e acredito ser sempre possível atingir os meus objectivos.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Trabalho para viver, mas sou incapaz de ter um trabalho que se distancie completamente da minha vida e gostos pessoais. É como se o trabalho fizesse parte da vida.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Capacidade de liderança/Iniciar projectos. Teimosia/intolerância.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

Esperança no futuro e percurso profissional a percorrer.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

No passado, teria dado mais atenção a algumas pessoas e teria evitado uma série de conflitos que alteraram completamente a minha história e da minha família.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

Interessa-me sobretudo o meio artístico, seja teatro, literatura, música, associados à componente social. Gosto de trabalhar e criar coisas em conjunto.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

Tornar melhor a vida de alguém ou apenas um momento do seu dia. Acredito no potencial de fazer coisas em conjunto e acho que ter iniciativa é o primeiro passo para tudo.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

Não é a minha preferida mas creio que vem a calhar... "Só nos apercebemos dos nossos excessos quando nos queremos desfazer deles" (Mariana Alcoforado)

# ISABEL MACHADO

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 67%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## A FABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 47%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 40%



AUTO-EFICÁCIA



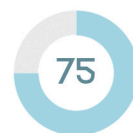
SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 60%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 52%



IMAGINAÇÃO



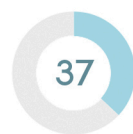
INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO



## ANEXO I – Respostas e resultados do teste de José Dias

# JOSÉ DIAS

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

- 1. O que o torna único?**  
Eu próprio.
- 2. Trabalha para viver ou vive para trabalhar?**  
Trabalho para viver porque tenho que viver para trabalhar.
- 3. Qual a sua maior virtude e o pior defeito?**  
A minha virtude é ter defeitos. O pior defeito é aquele que deveria ser uma virtude.
- 4. Qual é a sua maior fonte de motivação?**  
A que jorra cá de dentro.
- 5. Se pudesse mudar algo na sua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**  
Do passado não mudaria nada, porque já passou. O presente não posso mudar porque estou a vivê-lo neste momento.
- 6. Qual é o seu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**  
Por hobby, nada menos nada mais do que dança e aventura.
- 7. Qual é, para si, o sentido da vida?**  
(quer da vida em geral ou da sua vida em particular)  
Sentido obrigatório, em frente.
- 8. Qual é a sua citação favorita? Porquê?**  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)  
"Do alto desta pirâmide, 40 séculos vos contemplam." Napoleão Bonaparte.

# JOSÉ DIAS

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 57%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## A FABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 28%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 23%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 58%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 39%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

## ANEXO J – Respostas e resultados do teste de José Santos

# JOSÉ SANTOS

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

1. **O que o torna único?**  
Ser perseverante e perfeccionista.
2. **Trabalha para viver ou vive para trabalhar?**  
Para viver.
3. **Qual a sua maior virtude e o pior defeito?**  
Virtude: ser generoso; Defeito: ser teimoso.
4. **Qual é a sua maior fonte de motivação?**  
A família.
5. **Se pudesse mudar algo na sua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**  
Nada na minha deve ter acontecido por acaso, logo aceito-a conforme tem corrido.
6. **Qual é o seu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como *hobby*?**  
A busca do conhecimento e o desenvolvimento interior.
7. **Qual é, para si, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da sua vida em particular)**  
Ser feliz.
8. **Qual é a sua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**  
"Não tornes por detrás, pois é fraqueza. Desistir-se de coisa começada." - Camões. Porque nunca desisto daquilo que pretendo alcançar.

# JOSÉ SANTOS

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 80%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 91%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 93%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 20%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 63%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

## ANEXO K – Respostas e resultados do teste de Leonor

# LEONOR

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

O que me torna única é eu ser um ser individual. Como todos nós temos as nossas individualidades, ninguém é igual a ninguém e existe sempre algo que nos distingue.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Trabalho para viver.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Maior virtude acho que é querer sempre que as pessoas estejam bem e fazer tudo para que isso aconteça. O pior defeito acho que é não gostar de falar quando estou chateada.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

A família.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Se eu pudesse mudar algo seria o ter-me afastado de amigos com os quais hoje em dia já não falo.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

A nível profissional é evoluir e tornar-me consistente na minha profissão. A nível de hobby, gosto de fazer yoga.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?**

**(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

Para mim, o sentido da vida é tentar “make the best of it” com as oportunidades que temos e que nos são dadas ao longo desta viagem indefinida, tanto em relação ao que queremos como ao que temos que fazer (trabalhar) para o alcançar.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?**

**(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

“Second star to the right and straight on until morning” porque esta frase faz-me lembrar da infância que tive e remete-nos para a existência de um “lugar” à parte da realidade onde podemos dar asas à imaginação.

# LEONOR

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 33%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 94%



CONFIANÇA



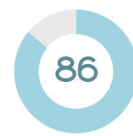
MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 75%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 51%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 40%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

## ANEXO L – Respostas e resultados do teste de Richard

# RICHARD

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. What makes you "you", personality wise?**

I am enjoy social gatherings but i equally value my privacy and alone time. I am outgoing, confident and social in bursts but ultimately am introverted I would say. I only care about what my loved ones think of me rather than the world at large. I am creative and have a deep love for Literature, Music and Cinema.

**2. Do you work to live or do you live to work?**

I do a bit of both! I love to create music and perform. I also work in a restaurant for money so I have a balance going on here.

**3. What is your greatest virtue and your worst vice?**

My greatest virtue is that I am always trying to be a better man and my worst vice is that I can be selfish sometimes.

**4. What is your greatest source of motivation?**

A blend between honouring myself and honouring the ones I love.

**5. If you could change anything in your life (past or present), what would it be and why?**

I would change nothing. That kind of hypothesising is ultimately useless. We should learn and utilise our experience to influence the future and present rather than dwelling on what ifs from the past.

**6. What is your main interest, whether professionally or as a hobby?**

Cinema, Literature and Music!!

**7. What would you say is the meaning of life?**

To be good and to put goodness back into the world. To Love, essentially.

**8. What is your favourite quote? Why?**

"My life amounts to no more than one drop in a limitless ocean. Yet what is any ocean, but a multitude of drops?" David Mitchell from his novel Cloud Atlas.

# RICHARD

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 68%



AMIZADE



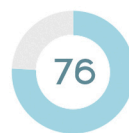
SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 93%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 63%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 37%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



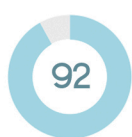
VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 92%



IMAGINAÇÃO



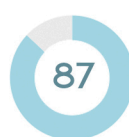
INTERESSES  
ARTÍSTICOS



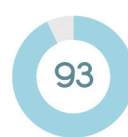
EMOTIVIDADE



SENTIDO DE



INTELECTO



LIBERALISMO



## ANEXO M – Respostas e resultados do teste de Rita

# RITA

### RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

Todos somos únicos, ninguém é igual a ninguém. Mas só ao conhecermos verdadeiramente as outras pessoas é que conseguimos perceber o que nos diferencia delas. Ainda estou a descobrir.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Uma mistura dos dois.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Virtude – positivismo, defeito – não aceitar bem as críticas.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

Pensar naquilo que quero ser e no que quero alcançar.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Nada. Se tivéssemos o poder de mudar algo na nossa vida isso iria afectar tudo o resto e a nossa vida deixaria de ser a nossa vida. Tudo aquilo por que passamos molda-nos e faz de nós quem somos. Seja bom ou mau, temos de passar por isso.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

Ler e viajar.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

O sentido da vida é aproveitarmos ao máximo a vida que nos foi dada. É, independentemente da fé que temos, e daquilo que pensamos que nos acontecerá depois de morrermos, fazer tudo por tudo para sermos felizes, para melhorarmos a vida das pessoas que se cruzam connosco. É termos experiências diferentes que nos enriqueçam. É rirmos o máximo que pudermos, é termos atenção a todos os pormenores que tornam a nossa vida única e vivê-los intensamente.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

"Most things about me are hard to explain, I guess, like how I'm mostly delusional and live in a half-imaginary world but am also a realist to the core. I'm just a bunch of contradictions most of the time and I don't like it, but I also do."

De Marianna Paige. Porque mostra como somos feito de contradições e nada é linear, "preto ou branco", e como devemos aceitar-nos como somos.

# RITA

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 76%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 68%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 71%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 28%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 77%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO



## ANEXO N – Respostas e resultados do teste de Salvador

# SALVADOR

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna único?**

Não há nada que eu considere que me torne único, porque eu sou único. Podia dizer que a interpretação do meu nome me faz sentir um verdadeiro “salvador”, visto que sinto o peso do nome e inconscientemente me encontro em situações de auxílio para com os outros.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

O meu objectivo é viver para trabalhar, mas neste momento trabalho para viver.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

A minha maior virtude é a minha generosidade. O meu pior defeito é esse mesmo.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

Os meus ídolos. Quando me sinto desmotivado, oiço testemunhos deles e tudo volta a estar mais focado.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Teria continuado o meu caminho como actor logo quando comecei. Sinto que hoje em dia sou penalizado por ter feito um “sit-out” e ter voltado adulto.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

O meu trabalho. Ler uma boa história, sentir a fogueira a acender e começar a mergulhar na história e deixar-me afectar pelas circunstâncias de vida da personagem.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

Amarmo-nos uns aos outros. Sem medo.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

“Doubt is the absence of action.”

# SALVADOR

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 76%



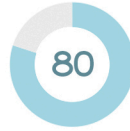
AMIZADE



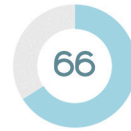
SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 35%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 61%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 62%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 65%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE



INTELECTO



LIBERALISMO

## ANEXO O – Respostas e resultados do teste de Tash

# TASH

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. What makes you "you", personality wise?**

This is a hard question! I think my life experiences combined with my attitude day-to-day is what makes me who I am, combined with my interests and passions. My international childhood, my parents diverse childhoods and upbringings, the experience of my parents divorce, my 6 school moves- all these things developed my personality as a child which is the foundation of my adult personality.

**2. Do you work to live or do you live to work?**

Both! I feel my work is really central to my reason for being alive and on this earth- it feels like a calling and a job I was meant to do. I also really value fun and relaxation and the importance of the work-life balance.

**3. What is your greatest virtue and your worst vice?**

My greatest virtue... I think its generosity of spirit. In my work and with my friends and family, I am happy to really be helping people and will spend time on reaching out in very personal ways. If I think someone is feeling sad, lonely or unwell I will go the extra mile to help remind them how loved they are. My greatest vice is in a way very connected to my virtue.. I am bad at saying 'no' or in fact, saying what I really want sometimes. This started as a child when I prioritised being a 'good' and 'easy' child and always tried to fit in with what I thought others wanted. As a result I sometimes lost touch with my own wants and needs and even when I did know, I struggled to say them. Another vice of mine is jealousy - not in romantic relationships but with others success- I hate the fact that I sometimes find myself feeling really jealous when others experience great success in their lives.

**4. What is your greatest source of motivation?**

Making other people feel happy and valued, the thought of helping to improve somebody's life, the desire to lead a full life packed with loving encounters and good stories.

**5. If you could change anything in your life (past or present), what would it be and why?**

I wish I had gone to my best friends dads funeral when I was 18. I was abroad and with a guy and I didn't fly home for it and it's my biggest regret. I also regret anytime that I didn't share my true feelings with someone.

**6. What is your main interest, whether professionally or as a hobby?**

Photography!! With film :)

**7. What would you say is the meaning of life?**

To live our lives with our innate creativity at the centre. To find the overlap between what we love and what we're able to offer humanity to find work that means something to us. To find love and keep creating and nurturing it.

**8. What is your favourite quote? Why?**

I am bad at remembering things like quotes! But the books of Irvin Yalom speak to me greatly.



# TASH

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 55%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 71%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



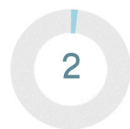
SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

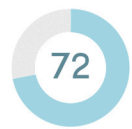
PERCENTAGEM GERAL: 28%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 43%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 90%



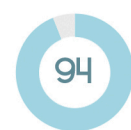
IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



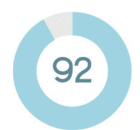
EMOTIVIDADE



SENTIDO DE



INTELECTO



LIBERALISMO



## ANEXO P – Respostas e resultados do teste de Teresa

# TERESA

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

O que me torna única, assim como todos os seres humanos, é ser única. Somos feitos de ossos, carne, órgãos. Isto funciona tudo. É genial! Tudo isto junto faz uma vida. Respirar. O bater do coração. Tudo isto é único. Todos somos únicos. Não há ninguém igual. E para completar tudo, temos a mente. Que ainda é mais única. Acaba por ser uma lista de valores, experiências, desejos, pensamentos só nossos. Únicos. Completamente únicos. O ser humano é único. Há muita gente que não se acha única, mas eu acredito que todos somos únicos.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Ainda não trabalho, mas penso viver para trabalhar. Não me interessa sobreviver. Quero ser feliz e a melhor forma para isso acontecer é talvez aceitar que o dinheiro não é tudo. E que devemos sempre acreditar em quem somos e no que fazemos e ser os melhores a fazer o que gostamos. Desta forma, o “trabalho” acaba por ser mais um dia de diversão e aprendizagem constante.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Acredito que a minha maior virtude é o meu maior defeito. I’m hungry! I want it all. I want to do what I love, work with great people, travel. I’m hungry for everything! And I think that if I don’t get the chance of doing that it’ll break me.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

A minha família e amigos.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Esta pergunta é tricky. Porque toda a gente quer alterar alguma coisa da sua vida, mas eu não era a mesma pessoa que sou agora, neste momento, se não passasse por tudo o que me aconteceu. Mesmo assim, com todas as certezas mudava um acontecimento passado. My best friend died when we were 19. I know that’s not my life to change but if I could I would have her live forever. But since the question is about my life, I would change our last talk. I would have told her I loved her and that she is everything. We never know when we will see someone again – so please make sure you say what you want to say to them. I didn’t realize this at the time. So that’s the only thing I would change. Every other mistake or bad day, discussions, crappy weekends: I wouldn’t want to change a thing. I would just ask for one last talk. One last hug. One last

cigarette.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como hobby?**

Ultimamente o lettering tem sido um grande hobby. Mas gosto de inovar constantemente, experimentar canetas/técnicas novas. Procurar sempre algo mais...

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

Life has no meaning. None. It's a beautiful thing we are alive. We are animals, we can breathe, we can talk, we can feel, we can think. But I don't know if there is a meaning to all this. We are a part of nature. And that's it. There is no meaning on life. Normally the most beautiful things don't have a meaning. Life is the same. Some people might think that this meaning is about helping each other and some might believe it's all about playing housewife, work and other stuff. Me, I just don't see a meaning in this. Someday I heard someone say that when you find the meaning of life you die. So it's not all bad that I don't know how to answer this. But just because I don't believe that life has a meaning to it, it doesn't mean I don't want to live it to the fullest. I think we should each one find our own meaning in life. There will never be just one simple answer to this. For me, I'm just here for a few years so how am I supposed to know what the meaning of life is? Se calhar vamos acabando por viver e construir essa resposta, entre amigos e família, copos de vinho e cigarros por acabar, músicas e filmes. I think we all want to have the answer for everything way too soon and freak out when we can't understand that nothing is "static". Everything is changing. Time is always passing and I'm not the same person I was when I started this interview. So is the meaning of life for each of us. What moves us today will not be what moves us tomorrow. We just have to accept that there will never be a right/specific/one/true answer for everything and specially this.

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

"They're not that different from you, are they? Same haircuts. Full of hormones, just like you. Invincible, just like you feel. The world is their oyster. They believe they're destined for great things, just like many of you, their eyes are full of hope, just like you. Did they wait until it was too late to make from their lives even one iota of what they were capable? Because, you see gentlemen, these boys are now fertilizing daffodils. But if you listen real close, you can hear them whisper their legacy to you. Go on, lean in. Listen, you hear it? Carpe... Hear it? Carpe... Carpe diem. Seize the day boys, make your lives extraordinary." John Keating – *Dead Poets Society*

"We don't read and write poetry because it's cute. We read and write poetry because we are members of the human race. And the human race is filled with passion. And medicine, law, business, engineering, these are noble pursuits and

necessary to sustain life. But poetry, beauty, romance, love, these are what we stay alive for. To quote from Whitman, "O me! O life!... of the questions of these recurring; of the endless trains of the faithless... of cities filled with the foolish; what good amid these, O me, O life?" Answer: that you are here; that life exists, and identity; that the powerful play goes on and you may contribute a verse; that the powerful play goes on and you may contribute a verse. What will your verse be?" John Keating – *Dead Poets Society*

These are my favorite quotes because they are truth beyond measure. Life is love. Life is beauty. And the sooner we realize that, the better. The first one speaks to me like no other. We feel like we are immortal for a damn good time of life. Me, I just stopped feeling immortal a few years ago. We need to realize we are flesh. We are going to die and we must enjoy everything until that moment. We need to say "I love you" more often. We need to kiss someone just because we feel like it. We need to follow our heart. Do what we love. Enjoy every second of this thing. None of us choose to be here. We just need to realize that we need to make the most of it. I intend to enjoy life for as long as I possibly can. The second quote is a constant reminder about money and pleasure. Practical things and emotional things. He says that some pursuits are necessary to sustain human life, but I don't intend to stay alive for another 20 dollar bill. I intend to stay alive so I can love... So I can be with my friends, laugh... Walk to the woods at night, be scared, feel something. I don't want to be numb. We are amazing creatures, we have all these feelings inside us... I wanna get goosebumps. I wanna take deep breaths. I wanna feel the rain on my face. I wanna feel alive. Not just be alive.

# TERESA

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 76%



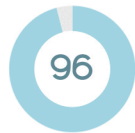
AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR ENTUSIASMO



ALEGRIA

## AFABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 53%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

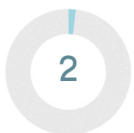
PERCENTAGEM GERAL: 0%



AUTO-EFICÁCIA



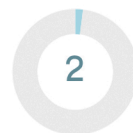
SENTIDO DE ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 80%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 91%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO

## ANEXO Q – Respostas e resultados do teste de Vanessa

# VANESSA

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

**1. O que te torna única?**

A minha personalidade.

**2. Trabalhas para viver ou vives para trabalhar?**

Trabalho e vivo. São duas coisas que estão ligadas, mas ao mesmo tempo são coisas distintas.

**3. Qual a tua maior virtude e o pior defeito?**

Virtude: amiga do amigo; Defeito: teimosa.

**4. Qual é a tua maior fonte de motivação?**

Objectivos que quero atingir.

**5. Se pudesses mudar algo na tua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**

Teria um emprego fixo. Ia ajudar-me a ser mais autónoma.

**6. Qual é o teu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como *hobby*?**

No que toca a hobbies, adoro música, filmes, séries. Na vida profissionalizante, o principal objectivo é proporcionar uma melhoria no estado clínico dos meus doentes.

**7. Qual é, para ti, o sentido da vida?  
(quer da vida em geral ou da tua vida em particular)**

A vida serve para aproveitar e marcar a diferença no mundo (mesmo que seja “no teu próprio mundo”).

**8. Qual é a tua citação favorita? Porquê?  
(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**

“A sorte protege os audazes” é uma frase que me define como pessoa, que consegue exprimir-me.

# VANESSA

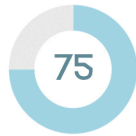
RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 71%



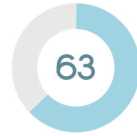
AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## A FABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 18%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 77%



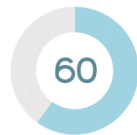
AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 20%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 63%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE  
AVENTURA



INTELECTO



LIBERALISMO



## ANEXO R – Respostas e resultados do teste de Vítor

# VÍTOR

RESULTADOS DO TESTE DE RESPOSTA ABERTA

1. **O que o torna único?**  
Não há outro igual.
2. **Trabalha para viver ou vive para trabalhar?**  
Trabalho para um bom nível de vida (num padrão considerado normal).
3. **Qual a sua maior virtude e o pior defeito?**  
Amor ao próximo. Amor ao próprio.
4. **Qual é a sua maior fonte de motivação?**  
Dormir bem para estar preparado para a acção.
5. **Se pudesse mudar algo na sua vida – do passado ou no momento presente – o que seria e a porquê?**  
(Não respondeu)
6. **Qual é o seu interesse principal, quer seja a nível profissional ou como *hobby*?**  
A nível profissional: Realizar sonhos para o bem comum. Hobby: Relaxar e buscar mais forças.
7. **Qual é, para si, o sentido da vida?**  
**(quer da vida em geral ou da sua vida em particular)**  
Seguir os mandamentos de Deus e da natureza.
8. **Qual é a sua citação favorita? Porquê?**  
**(quer seja de um livro, música, filme, alguma pessoa específica, etc.)**  
"Amar a si, e ao seu próximo".

# VÍTOR

RESULTADOS DO TESTE IPIP-NEO

## EXTROVERSÃO

PERCENTAGEM GERAL: 78%



AMIZADE



SOCIABILIDADE



ASSERTIVIDADE



NÍVEL DE ATIVIDADE



PROCURA POR  
ENTUSIASMO



ALEGRIA

## A FABILIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 80%



CONFIANÇA



MORAL



ALTRUÍSMO



COOPERAÇÃO



MODÉSTIA



SIMPATIA

## CONSCIENCIOSIDADE

PERCENTAGEM GERAL: 54%



AUTO-EFICÁCIA



SENTIDO DE  
ORGANIZAÇÃO



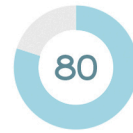
SENTIDO DE  
OBRIGAÇÃO



CUMPRIMENTO DE  
OBJETIVOS



AUTO-DISCIPLINA



CAUTELA

## NEUROTICISMO

PERCENTAGEM GERAL: 47%



ANSIEDADE



RAIVA



DEPRESSÃO



AUTO  
CONSCIÊNCIA



IMODERAÇÃO



VULNERABILIDADE

## ABERTURA À EXPERIÊNCIA

PERCENTAGEM GERAL: 41%



IMAGINAÇÃO



INTERESSES  
ARTÍSTICOS



EMOTIVIDADE



SENTIDO DE



INTELECTO



LIBERALISMO



**IADe**  
**2015**

Campus de Santos . Av. D. Carlos I, 4, 1200-649 Lisboa | Portugal  
Telf: (+351) 213 939 600 . [iade@iade.pt](mailto:iade@iade.pt)